

UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE BELAS-ARTES



**COMO ATRAIR OS JOVENS PARA O MUSEU
STEDELIIK MUSEUM E MUSEU COLEÇÃO BERARDO**

Inês Soares Pinto Mourão

Dissertação
Mestrado em Educação Artística

Dissertação orientada pela Prof^ª. Doutora Margarida Calado

2018

DECLARAÇÃO DE AUTORIA

Eu Inês Soares Pinto Mourão, declaro que a presente dissertação de mestrado intitulada “Como atrair os jovens para o Museu? – Stedelijk Museum e Museu Coleção Berardo”, é o resultado da minha investigação pessoal e independente. O conteúdo é original e todas as fontes consultadas estão devidamente mencionadas na bibliografia ou outras listagens de fontes documentais, tal como todas as citações diretas ou indiretas têm devida indicação ao longo do trabalho segundo as normas académicas.

O Candidato,



Lisboa, 31 de outubro de 2018

RESUMO

O presente trabalho pretende destacar a problemática atual, referente à presença e participação do público jovem nos museus, focando-se num segmento de público com idades compreendidas entre os 15 e os 25 anos de idade através da identificação dos obstáculos à respetiva participação cultural. Visa a criação de uma proposta de projeto futuro a implementar no Museu Coleção Berardo, que tem como principal objetivo promover o envolvimento do público jovem no museu.

É feita uma comparação entre o Museu Coleção Berardo, em Lisboa, e o *Stedelijk Museum*, em Amesterdão, com intuito de compreender o impacto das variáveis analisadas no desempenho do museu, que é medido em relação ao número de visitantes e participantes jovens nas ofertas programáticas disponíveis em cada instituição.

É introduzido o projeto 'BLIKOPENERS' do *Stedelijk Museum* enquanto modelo de referência no que respeita a iniciativas que tenham como objetivo fomentar a participação e interesse dos jovens em museus. As características deste projeto são aprofundadas e descritas neste trabalho e são identificados os desafios e dificuldades sentidas por membros atuais e ex-membros.

É, finalmente, proposto um projeto inspirado nos 'BLIKOPENERS' para futura implementação no Museu Coleção Berardo, que pretende atrair jovens ao museu, através do compromisso por parte do museu e dos participantes no projeto, que garanta a prosperidade e sucesso do mesmo.

Palavras-Chave: *educação por pares; interação dos jovens com os museus; BLIKOPENERS*

ABSTRACT

This thesis intends to highlight a concern that museums face nowadays regarding the lack of presence and participation of young people in their programs or exhibitions, by focusing on the age range from 15 to 25 years old and identifying the barriers of cultural participation.

The present work also aims to develop a project for future implementation in Berardo Museum (Lisbon, Portugal), in which the main goal is to promote the engagement of young people with the museum.

A comparison between Berardo Museum (Lisbon, Portugal) and Stedelijk Museum (Amsterdam, Netherlands) is performed in order to understand the effect of the variables hereby analysed on the performance of these museums. Their performance is measured through comparison of young visitors and participants of the programs available in each museum.

A deep insight on the 'BLIKOPENERS' project is provided as this project represents a role model regarding museum initiatives that raise the interest and participation of young people in museums. The project's characteristics, as well as the challenges their members faced, are also presented in this work.

Finally, a new project proposal is presented to be considered and implemented in Berardo Museum, or other art institutions that would be suitable. This project, as a future development, aims to attract young people to these institutions. To do so, the museum/institution must compromise with these young people, and these young people have to compromise with the museum/institution, in order to assure the success and prosperity of this project.

Keywords: *peer education; engaging young people in museums; BLIKOPENERS*

Agradecimentos

À minha Mãe, Graça, pelo amor incondicional, por me ensinar o que é a resiliência, e pelas oportunidades que me proporcionou até hoje.

À minha prima Mónica, pela incessante ajuda, e pelo ombro amigo ao longo deste processo.

À minha avó, pelo carinho e motivação.

Ao meu Pai, Chase, pelo amor, incentivo e compreensão.

À professora Margarida Calado, por ter apostado em mim, e pela orientação e aconselhamento ao longo da investigação.

À Anne, do Stedelijk Museum, pela boa disposição e boa-vontade demonstrada para com a minha investigação.

À Ritsa, ao Niels e à Danae, por me terem recebido na sua casa em Amesterdão de braços abertos.

Ao meu primo André, à Melissa, ao Amine, à Anne, à Airco, ao Ricardo, à Cintia, e à Mariana, pela amizade.

Índice

<i>Introdução.....</i>	<i>1</i>
<i>I. Enquadramento Teórico</i>	<i>4</i>
<i>II. Metodologia.....</i>	<i>15</i>
<i>III. Estado da Arte.....</i>	<i>18</i>
1. Contexto Internacional.....	20
2. Victoria and Albert Museum - Londres	21
3. Contexto Português.....	23
<i>IV. Lisboa e Amesterdão, contextualização</i>	<i>25</i>
1. Demografia	25
2. Participação Cultural	26
3. Financiamento da Cultura	31
<i>V. Stedelijk Museum e Museu Coleção Berardo: Duas Realidades</i>	<i>32</i>
1. Stedelijk Museum	33
2. O Museu Coleção Berardo	36
<i>VI. Museu Berardo vs. Stedelijk Museum: O que dizem os números?.....</i>	<i>38</i>
<i>VII. O Projeto BLIKOPENERS.....</i>	<i>46</i>
<i>VIII. Quem visita os dois Museus? – Públicos.....</i>	<i>67</i>
<i>VIII. O que querem os jovens?.....</i>	<i>74</i>
<i>IX. Desenvolvimentos Futuros: Proposta para apresentação ao Museu Coleção Berardo</i>	<i>84</i>
<i>Conclusões.....</i>	<i>95</i>

<i>Bibliografia</i>	<i>99</i>
<i>Inquérito Realizado</i>	<i>111</i>
<i>Anexo A – Transcrição de Entrevistas.....</i>	<i>115</i>

Índice de Figuras

Figura 1 Números relativos aos visitantes e participantes em atividades e eventos nos quais os BLIKOPENERS estão envolvidos. (Stedelijk Museum, 2016) ...	60
Figura 2 Número Total de Visitantes do Serviço Educativo do Museu Coleção Berardo após julho de 2007 a dezembro de 2016 (Museu Berardo).....	68
Figura 3 - Número total de visitantes no Museu Berardo após julho de 2007 até 2016 (fonte: Relatório Anual de contas do Museu Coleção Berardo).....	69
Figura 4 Média de visitantes do museu Coleção Berardo, por mês, em 2016 (fonte: Relatório Anual de contas do Museu Coleção Berardo)	70
Figura 5 ‘Idade’, correspondente à idade dos inquiridos. ‘Relação dos Jovens com os Museus - Como atrair os jovens para os museus?’ (2018).....	75
Figura 6 ‘A minha situação profissional é...’, correspondente à situação profissional dos inquiridos. ‘Relação dos Jovens com os Museus - como atrair os jovens para os museus?’ (2018)	76
Figura 7 ‘Habilitações Literárias’ dos inquiridos. ‘Relação dos Jovens com os Museus - como atrair os jovens para os museus?’ (2018)’.....	76
Figura 8 ‘Área de formação’, dos inquiridos. ‘Relação dos Jovens com os Museus - como atrair os jovens para os museus?’ (2018)	77
Figura 9 ‘Já visitei um museu de arte Moderna e Contemporânea’, indicador da visita/não-visita dos inquiridos a museus de arte Moderna e Contemporânea. ‘Relação dos Jovens com os Museus - como atrair os jovens para os museus?’ (2018).....	77
Figura 10 ‘Visitei um museu de arte Moderna e Contemporânea há...’, indicador do período de tempo em que os inquiridos visitaram, pela última vez, um museu de arte Moderna e Contemporânea. ‘Relação dos Jovens com os Museus - como atrair os jovens para os museus? (2018)	78

Figura 11	‘O museu que visitei foi...’, correspondente à tipologia de museus visitados pela última vez pelos inquiridos. ‘Relação dos jovens com os museus - Como atrair os jovens para os museus?’ (2018)	79
Figura 12	‘Prefiro museus...’, correspondente à preferência tipológica de museus dos inquiridos. ‘Relação dos Jovens com os Museus - como atrair os jovens para os museus?’ (2018)	79
Figura 13	‘Destes museus e fundações, o de arte moderna e contemporânea que mais gosto em Portugal é...’, correspondente aos museus e fundações de arte Moderna e Contemporânea de eleição dos inquiridos, do inquérito ‘Relação dos Jovens com os Museus - como atrair os jovens para os museus?’ (2018)	80
Figura 14	‘Durante a minha visita...’, correspondente ao comportamento dos inquiridos durante as visitas a museus. ‘Relação dos Jovens com os Museus - como atrair os jovens para os museus?’ (2018)	81
Figura 15	‘Gostava que a programação do museu incluísse...’, correspondente as expectativas dos inquiridos em relação à oferta programática dos museus. ‘Relação dos Jovens com os Museus - Como atrair os jovens para os museus?’ (2018)	82

Índice de Tabelas

Tabela 1 Número de habitantes na região de Lisboa e Amesterdão (2016).....	25
Tabela 2 Número de habitantes/residentes nas cidades Lisboa e Amesterdão (2018)	26
Tabela 3 Quais os obstáculos que impedem a população europeia (eu27) de participar em atividades culturais? (Participação Cultural na Europa, 2013)..	28
Tabela 4 Percentagem da população que nos últimos 12 meses visitou um museu ou uma galeria (Participação Cultural na Europa, 2013)	29
Tabela 5 Percentagem da população que, por não ter interesse, não visitou um museu ou uma galeria nos últimos 12 meses (Participação Cultural na Europa, 2013)	29
Tabela 6 Percentagem da população que não se envolveu pessoalmente em nenhuma atividade artística nos últimos 12 meses (Participação Cultural na Europa, 2013)	29
Tabela 7 Número de museus e número total de visitantes de espaços museológicos em Portugal e nos Países Baixos (2016).....	30
Tabela 8 Número de visitantes em museus de arte em Portugal e nos Países baixos em 2016 - INE	30
Tabela 9 Valor recebido pelo Ministério da Cultura em 2016, valor atribuído à cultura, e respetiva percentagem em relação ao orçamento total do Estado, em Portugal e nos Países Baixos, em 2016 e 2017.....	31
Tabela 10 Número de membros do staff do Museu Coleção Berardo e do Stedelijk Museum em 2017 (Museu Coleção Berardo) (Stedelijk Museum)	39
Tabela 11 Número de exposições temporárias no Museu Coleção Berardo e no Stedelijk Museum em 2016 e 2017 (Museu Coleção Berardo) (Stedelijk Museum)	39

Tabela 12 N.º de visitas online nas plataformas do Museu Coleção Berardo e do Stedelijk Museum, incluindo as plataformas online dos Blikopeners em 2017. (Museu Coleção Berardo) (Stedelijk Museum)	39
Tabela 13 Número total de visitantes no Museu Coleção Berardo e no Stedelijk Museum em 2017, e respetiva percentagem de visitantes nacionais (Museu Coleção Berardo) (Stedelijk Museum)	71
Tabela 14 Número de participantes nas atividades organizadas pelos Blikopeners no Stedelijk Museum em 2017 (incluindo tours, speed-tours, eventos e workshops) e número de participantes nas atividades do serviço educativo do museu Coleção Berardo em 2017.	73

Introdução

O interesse pela temática abordada na presente dissertação surge de experiências e questões pessoais com as quais nos deparámos, bem como de uma afinidade e capacidade de relacionamento e identificação com alguns dos problemas apontados, devido ao contacto regular e integração em grupos de pessoas com faixas etárias próximas.

Denota-se, também, um número reduzido de investigações sobre esta temática realizadas com uma perspetiva íntima da realidade estudada, talvez pela faixa etária dos investigadores ser superior à faixa etária dos públicos estudados. Por nos depararmos com uma oferta programática pouco apelativa para o nosso grupo etário, surgem algumas questões para as quais não tínhamos resposta: porque é que os jovens não se deslocam ao museu voluntariamente? O que poderia fazer com que o fizessem? Será que os museus consideram este grupo aquando do desenvolvimento da sua oferta programática?

A preferência e interesse pelos museus estudados, bem como a afinidade criada entre ambas as cidades e culturas, é outro dos fatores que influenciam a decisão deste tema.

Nesta dissertação, são comparadas as realidades do Museu Coleção Berardo, em Lisboa, com o *Stedelijk Museum*, em Amesterdão relativamente à presença e participação dos jovens em ambos os museus.

Para tal, é investigado o modelo dos ‘BLIKOPENERS’, um grupo de jovens do *Stedelijk Museum*.

Este projeto permite aos jovens da comunidade de Amesterdão desenvolverem projetos dentro do museu, de modo a integrar este segmento de público na programação, auxiliando-o no cumprimento dos seus objetivos enquanto instituição cultural.

A presente dissertação tenciona compreender quais são os fatores do sucesso desta iniciativa, comprovado pela contabilização de população jovem

envolvida, e da população jovem que visita o *Stedelijk Museum* por iniciativa própria, fora do contexto escolar. Pretendemos, ainda, compreender quais as necessidades do público português relativamente à oferta expositiva e dos museus.

A investigação destes fatores culmina na apresentação de uma proposta de projeto que pretende promover a participação e o envolvimento do público jovem no Museu Coleção Berardo, ou noutras instituições culturais, atendendo às necessidades detetadas através de um inquérito. Com esta proposta, esperamos suscitar o interesse dos jovens pelo museu, e desenvolver novas relações, regulares, com este público.

No Capítulo I desta dissertação é apresentado o seu enquadramento teórico que visa expor a pertinência da temática escolhida, recorrendo a artigos e estudos recentes - pelo seu carácter atual - que investigam e expõem as problemáticas afetas à presença e ao interesse do público jovem em museus.

No capítulo II, descrevem-se os métodos de investigação escolhidos e utilizados.

O estado da arte é apresentado no terceiro capítulo, enumerando-se alguns projetos que tenham como principal intenção atrair o público jovem para o museu. São apontados alguns exemplos de projetos a nível nacional e internacional, e é feita uma breve descrição dos objetivos e do seu funcionamento.

No Capítulo IV, compara-se a realidade social das cidades e regiões de Lisboa e Amesterdão, de modo a que se possa compreender o contexto em que os dois museus estão inseridos. São estudados os dados afetos à Participação Cultural de ambos os países, assim como os dados relativos ao financiamento da cultura por parte de cada governo.

No quinto capítulo, expomos o historial de ambos os museus enquanto instituições culturais. Apresentamos, também, as suas visões e as suas missões perante o público e a comunidade em que estão inseridos.

O Capítulo VI procede à comparação dos dois museus. Aqui, comparamos as características dos seus serviços educativos, atendendo às pedagogias

adotadas, à oferta programática, aos projetos continuados e às práticas museológicas de cada um.

São apresentados números que permitem identificar a presença de público jovem no *Stedelijk Museum* e as visitas aos serviços educativos. Expomos uma descrição do seu público, bem como os números afetos à participação em atividades do Serviço Educativo. Nestes dados, incluímos as tabelas estatísticas que permitem a comparação dos recursos, desempenho e produtividade dos dois museus.

No capítulo seguinte (VII) apresenta-se o projeto 'BLIKOPENERS', do *Stedelijk Museum*. Identificam-se os seus objetivos, bem como a equipa constituinte e a sua forma específica de seleção. São expostos os compromissos do *Stedelijk Museum* para com os BLIKOPENERS, bem como a pedagogia adotada e a oferta programática do projeto.

De seguida, através de relatos de membros e ex-membros do projeto, evidenciam-se os desafios e dificuldades aquando do seu desenvolvimento.

O último capítulo apresenta uma proposta de desenvolvimentos futuros, que tem como intenção a implementação de um projeto que desperte o interesse e o envolvimento dos jovens no espaço museológico, encorajando a sua participação no planeamento da oferta programática do Museu, ao mesmo tempo que atrai novos visitantes e constrói um novo público.

I. Enquadramento Teórico

Apesar da aposta dos museus nos serviços educativos e do investimento em programação pública e especificada, são vários os indicadores que apontam para a escassez de visitas da população jovem aos museus.

A teorização dos serviços educativos, iniciada no fim do séc. XVIII e desenvolvida ao longo do séc. XIX, abriu as portas do museu ao público. Desta forma, compreende-se, pela primeira vez, que o museu tem agora responsabilidades acrescidas às que eram até então conhecidas. Hoje, o museu procura “os melhores recursos para a facilitação do acesso dos públicos, jovem e adulto, às coleções” (Fróis, 2008, p.64).

A ideia de um ‘Museu novo’, proposta por Umberto Eco em 2005, sugere que o museu deverá proporcionar uma experiência cognitiva e emocional satisfatória (Fróis, 2008).

Fróis afirma ainda que nas visitas aos museus o público sente “reais dificuldades” perante o contacto com a arte, e que, quase sempre, o espaço museu acaba por não ser acolhedor para quem o visita por se encontrar num ambiente em que “as obras são observadas sob vigilância, por vezes, em restrição absurda” (Fróis, 2008, p.66).

Desde os conceitos primordiais de ‘educação em museus’, este serviço foi imaginado como uma ajuda humanizada à pedagogia da exposição, uma vez que permitia complementar a informação que estava em falta, acompanhando a informação visual exposta nos museus (Fróis, 2008).

No entanto, essa informação em falta mantém-se por resolver de um modo satisfatório, uma vez que os museus mantêm um discurso autoritário e narrativo, não apelativo aos visitantes (Fróis, 2008), sobretudo, os mais jovens.

Desta forma, os museus retiram o contributo interpretativo dos visitantes, e rejeitam a sua participação para com a instituição.

Mar Dixon, num artigo no jornal britânico *The Guardian*, reflete sobre a ênfase colocada nas instituições culturais no público infantil e nas famílias por parte dos museus, tornando as crianças no seu segmento de público-alvo de eleição. No entanto, questiona estas mesmas instituições acerca da importância dos adolescentes, descrevendo-os como um “grupo que poderia ter beneficiado mais das entradas gratuitas”, afirmando que foram negligenciados pelo Museu, sendo os que receberam “menos atenção” (Dixon, 2011).

In recent years, a lot of emphasis has been placed on ensuring young people are not only welcomed but actually encouraged into UK museums and cultural institutions. Almost every venue now has, or is developing, a family scheme with children their main target.

But what about teenagers – a group that could have benefited the most from free museum entry. In reality, they're the ones who have received the least attention¹ (Dixon, 2011).

No entanto, esta população jovem, constituída por adolescentes e pré-adultos com idades compreendidas entre os 15 e os 24 anos de idade aparece nas estatísticas afetas às visitas feitas em contexto escolar. Porém, as visitas aos museus por iniciativa própria escasseiam, e são vários os fatores que influenciam estes números.

O público jovem tem interesses e expectativas bastante particulares quando se trata de museus. [...] As exposições tradicionais de museus não facilitam o diálogo e a interação social, dependendo em grande parte de painéis de texto e vitrines para transmitir a mensagem aos visitantes. Essa faixa etária parece querer partilhar e comparar experiências em vez de ler e ver (Birkett, 2016).

¹Tradução Livre: Recentemente, enfatizam-se não só as boas vindas, como também o envolvimento dos jovens nos museus britânicos e nas instituições culturais.

Quase todos estes espaços têm agora, ou estão a desenvolver, um esquema familiar, assumindo as crianças como público-alvo principal.

Mas então e os jovens - o grupo que poderia ter beneficiado mais das entradas livres dos museus? Na realidade, foi este grupo que recebeu menos atenção.

Um estudo de 2015, da *Network of European Museum Organizations*, afirma que "para apoiar as melhorias propostas pela estratégia da União Europeia e melhorar a situação atual em geral, o envolvimento cultural dos jovens é um tema crucial, pois são os cidadãos de hoje e de amanhã [...]" (Network of European Museum Organisations, 2015) e que "o acesso e a participação à cultura facilitam a criação do sentido próprio de identidade e pertença ao território" ao mesmo tempo que promove "processos de inclusão social, apoiando um desenvolvimento a vários níveis - individual e coletivo - e a aprendizagem ao longo da vida" (Network of European Museum Organisations, 2015).

Um estudo da Organização Holandesa de Museus apura que os grupos sociais se mantêm relevantes aquando da visita a museus. A maioria dos visitantes tem uma idade superior a 50 anos, e no que diz respeito aos jovens adultos nos museus (entre 19 e 26 anos), a sua presença continua a apresentar números muito baixos, correspondendo a cerca de 7% da amostra considerada (Cantini, 2015).

Segundo a *Network of European Museum Organisations*, o Relatório *Access of young people to Culture* datado de 2010, apresentado pela *Interarts* e comissionado pela *Education Audiovisual and Culture Executive Agency (EACEA)* em colaboração com a comissão da União Europeia, são identificadas as principais barreiras à participação cultural da população jovem, "*designadamente: falta de tempo e dinheiro; o conceito de cultura, que na maior parte dos casos não é considerada uma prioridade; a diversidade geográfica (áreas rurais ou suburbanas vs áreas urbanas e centrais), e falta de uma oferta cultural apropriada, muitas vezes vista como não-apelativa*"² (Network of European Museum Organisations, 2015).

Em 2015, um inquérito feito no âmbito de uma dissertação que tinha como intuito compreender se "há lugar para jovens nos museus", respondido por 160 jovens portugueses, com idades compreendidas entre os 13 e os 25 anos concluiu

² Tradução Livre: The report identified these main barriers: • lack of time and money • the concept of culture, which is often considered not a priority • geographical diversity: rural or suburban areas vs urban and central areas • lack of an appropriate cultural offer, often perceived as not-appealing. (Network of European Museum Organisations, 2015)

que existe “uma clara necessidade de os museus conquistarem as camadas mais jovens. Cerca de 40 por cento dos inquiridos visitam museus apenas uma vez por ano e menos de um terço vai a esses espaços de três em três meses. Apenas uma ínfima minoria (cinco por cento) visita museus mais do que uma vez por mês” (NOVA FSCH, 2017).

Este inquérito demonstra também que “a vontade de se sentirem mais integrados através de um foco no público jovem é a principal motivação, apontada por mais de metade destes inquiridos” salientando que as “causas da pouca frequência destes espaços são reveladoras da necessidade de uma estratégia de comunicação por parte dos museus” sendo que “para além de constrangimentos económicos” a “falta de interesse nas exposições” influencia a escassa presença jovem nos museus (NOVA FSCH, 2017).

Nas palavras do ex-diretor do Museu Coleção Berardo, o Doutor Pedro Lapa, em entrevista ao Jornal *Observador*, “O sucesso de público tem de se medir por outros critérios, nomeadamente a fidelização, a regularidade, aquilo que as pessoas aprendem, o que o museu contribui para a vida quotidiana [...]” (Lapa, 2018).

O projeto BLIKOPENERS, apresentado ao Stedelijk Museum em 2008 e posto em prática no mesmo ano, permite à população jovem desenvolver e dinamizar atividades no museu. A matriz pedagógica deste projeto recorre a teorias construtivistas e ao conceito de *peer education*, em português, educação por pares. Este modelo, adotado pelo Stedelijk Museum, questiona as técnicas pedagógicas adotadas pela maioria dos Serviços Educativos das instituições culturais.

Ao longo deste trabalho, surgirão alguns conceitos que, uma vez no capítulo relativo ao enquadramento teórico, é importante definir.

1. Conceito de Museu

Segundo o ICOM (International Council of Museums), um museu é uma “instituição permanente sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público, e que adquire, conserva, pesquisa, comunica

e expõe o património tangível e intangível da humanidade e do seu ambiente, com propósitos educativos³” (ICOM, 2007).

A definição de museu, segundo Gaea Leinhardt (Leinhardt, Tittle, & Knutson, 2002) é a entidade cultural que reúne e preserva os exemplos das realizações artísticas, científicas e sociais da humanidade. É um meio através do qual a população visitante tem acesso a informação, e “ao mesmo tempo que apresenta os “objetos” (as obras), representa também os princípios culturais, sociais e estéticos de uma determinada sociedade e oferece aos indivíduos oportunidades e reptos que outros tipos de entidades não oferecem.” (Leinhardt, Tittle, & Knutson, 2002).

São, também, locais de atração que convocam a participação do público, proporcionando-lhe experiências e disponibilizando recursos.

Low define o Museu como uma “força dinâmica na vida cultural da comunidade”, afirmando que estas instituições têm o poder de elucidar o seu público em relação ao seu papel enquanto membro da sociedade, podendo, ainda, contribuir para a sua felicidade e saúde mental (Low, 2004).

No entanto, Leinhardt defende que o museu de arte tem êxito, dependendo da qualidade das experiências que proporciona aos seus visitantes (Leinhardt, Tittle, & Knutson, 2002).

Coffee refere que os museus são, também, as instituições que incluem umas práticas, e excluem outras. Os museus que assumem um papel enquanto transformadores sociais, “atuando como um fórum para trocas multiculturais”, devem, portanto, evitar proteger o “status-quo” (Coffee, 2008).

O uso ou visita do museu enquanto ‘prática cultural’ é delineado pelas relações sociais dos seus utilizadores/visitantes, e pelas relações do próprio museu. Este espaço acaba por definir-se por quem inclui, e exclui (Coffee, 2008).

³ Tradução Livre: “Section 1. Museum. A museum is a non-profit, permanent institution in the service of society and its development, open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates and exhibits the tangible and intangible heritage of humanity and its environment for the purposes of education, study and enjoyment” (ICOM, 2007).

Cantini refere que as gerações mais jovens são inibidas aquando da visita ao museu. Aponta como motivos para esta inibição, as coleções que o museu adquire e conserva, e a forma como as apresenta ao público (Cantini, 2015).

Assim, a presente dissertação adota como definição de Museu, uma entidade cultural que reúne, preserva e apresenta ao público exemplos de realizações artísticas, científicas e sociais da humanidade (Leinhardt, Tittle, & Knutson, 2002). Sendo que, é através destas realizações e do modo como são interpretadas que proporciona ao público experiências de qualidade, permitindo que este partilhe, no espaço museológico, a sua própria interpretação dos objetos.

Esta oportunidade de partilha, caracteriza esta entidade enquanto museu aberto, que aceita “a crítica dos seus próprios discursos interpretativos”, e, posteriormente, “modifica o modo como eles são apresentados” (Fróis, 2008, p. 66).

2. Conceito de Serviço Educativo

A presente dissertação considera as reflexões de João Pedro Fróis acerca das funções, dos objetivos e propósitos dos Serviços Segundo João Pedro Fróis, a educação em Museus pretende “abrir o museu a diversos públicos”, e “favorecer o desenvolvimento de um pensamento crítico em relação ao passado e ao presente” e ser “ativo na procura de *inputs* sensoriais e informativos” respeitando “a condição dos objetos em fruição” (Fróis, 2008, p. 68).

Os programas do Serviço Educativo do museu têm como objetivo o desenvolvimento das capacidades de “proficiência visual dos seus visitantes”, visando, também, a sensibilização e a formação do gosto (Fróis, 2008).

Porém, João Pedro Fróis (2008) constata que “Os modelos adotados pela educação em museu repetiram os esquemas que a escola tradicional utilizou” (Fróis, 2008, p. 70).

Querendo isto dizer que o serviço educativo do museu acaba por se tornar uma extensão do discurso da escola. “Juntos, colonizaram em vários lugares o espaço da interpretação” (Fróis, 2008, p. 67).

Como tal, o serviço educativo, hoje, depara-se com novos desafios.

A diversidade do público visitante de museus incita o Serviço Educativo a criar “serviços supletivos” (Fróis, 2008, p. 66), específicos destinados aos segmentos de público atuais.

Assim, o Serviço Educativo, coloca ao dispor do público programas informais de aprendizagem, incluindo “programas para as famílias, ateliês, cursos de formação, partenariado com outras organizações, programas escolares e programas educacionais *online*”. Estes programas “visam o êxito e justificam a existência do museu” (Fróis, 2008, p. 66)

Atualmente, “num ambiente de vivência da pós-modernidade”, as obras de arte existem enquanto objetos para a intelegibilidade (Fróis, 2008, p. 66). As interpretações afetas às obras de arte poderão ser ampliadas quando é aberto no museu um espaço que visa esta partilha por parte dos visitantes.

No entanto, “há uma relutância em relação à criação de lugares de crítica ao seu próprio discurso expositivo” (Fróis, 2008, p. 4).

Somente quando o museu altera o modo como apresenta os conteúdos, adaptando-o às necessidades do público, é possível a abertura a um público mais extenso.

Assim, o serviço educativo do museu trabalha de modo a implementar “novos modos de agir”, ao mesmo tempo que procura “novas aproximações com os visitantes” (Fróis, 2008, p. 66).

3. Definição de Teorias Construtivistas

Um outro conceito a definir, é o conceito de ‘construtivismo’ ou teorias construtivistas. Entende-se o ‘construtivismo’ enquanto “teoria de aprendizagem, que tem por base a experiência e observação” (Maker Space, 2015).

Defende a ideia de que “nada, a rigor, está pronto, acabado” e de que “o conhecimento não é dado, em nenhuma instância, como algo terminado” (Becker, 2014). O construtivismo pode, ainda, ser dividido em várias correntes: pessoal, e,

ou, radical, e construtivismo social/realista. Segundo Matthews (1997), existem ainda o construtivismo filosófico e sociológico (Matthews, 1997).

Na presente dissertação, consideram-se dois: o construtivismo educacional pessoal, e o construtivismo social. O construtivismo pessoal, defendido por Piaget, com investigações seguidas por von Glasersfeld, foca-se no desenvolvimento do indivíduo. Defende que o sujeito não aprende nada novo, que já não saiba, ou seja, o sujeito assimila em si conhecimento que já detinha antes, aprendendo-o de outra forma (Gail Jones & Brader-Araje, 2002).

Piaget relaciona o (re)conhecimento com a acção. Segundo Jones e Brader-Araje (2002) “todo o conhecimento está ligado à ação, e o reconhecimento de um objeto ou evento é feito através da sua assimilação a um esquema de ação” (von Glasersfeld, 2013, p. 56).

No entanto, no construtivismo pessoal, a noção de que todos os contributos cognitivos são válidos como conhecimento é errada. Neste caso, “a verdade, no construtivismo, é substituída pela viabilidade”, sendo que, esta viabilidade é “relativa a todo um contexto de objetivos e propósitos” (von Glasersfeld, 1998, p. 25).

O construtivismo social, por outro lado, é um processo, como o nome indica, social, intrinsecamente ligado com o conceito de *peer education*. Derivatório do trabalho de Vygotsky, neste processo, a cultura social determina o progresso cognitivo e o conhecimento é o interiorizar da atividade social. Defende, ainda, que o ambiente social influencia a aprendizagem (Liu & Matthews, 2005).

Neste processo, a cultura social determina o progresso cognitivo, e o conhecimento é o interiorizar da atividade social.

Neste caso, “o sujeito é um projeto a ser construído; o objeto é, também, um projeto a ser construído. Sujeito e objeto não têm existência prévia, à priori: eles se constituem mutuamente, na interação” (Becker, 2009). As teorias construtivistas aplicadas à educação em museus veem estas instituições com uma função social, pois oferecem condições e permitem a participação dos visitantes e a realização de experiências, “não num sentido de experiências de aprendizagem, mas numa

perspetiva de aprendizagem de descoberta e de ensino” (Feio, 2014, p. 23).

Assim, a eficácia da função social e educacional do museu definir-se-á pela sua capacidade de se relacionar com o visitante e de permitir a sua participação, proporcionando-lhe experiências dentro da instituição. Segundo Helena Feio, tendo por base as ideias de Hein (2006), Kelly (2004) e Huerta & Calle (2007), “o conceito de educação, com a evolução cultural, está presente nos museus de hoje e encontra-se em constante transformação” (Feio, 2014, p. 25).

Como tal, o museu encara novos desafios a nível expositivo e pedagógico, bem como no que diz respeito aos suportes e tecnologias que utiliza para comunicar com o público, e, ao mesmo tempo, deverá pensar em novas estratégias para captação dos novos públicos (Feio, 2014).

A compreensão através da construção de significados aliada à participação, é uma das principais características que atravessa as diversas vertentes das teorias construtivistas (Gail Jones & Brader-Araje, 2002). Este processo é individual e subjetivo, e é influenciado pela experiência pessoal anterior dos intervenientes. Desta forma, podemos assumir que a adaptação de teorias e modelos construtivistas no museu influencia diversos aspetos do funcionamento do mesmo. Na sua oferta educativa, o museu adota métodos pedagógicos que incentivam a participação do público, e encontra-se recetivo aos contributos - viáveis, segundo von Glasterberg - que este lhe apresenta. Adapta o seu discurso e permite ao público construir significados, tendo em conta que a assimilação do discurso por parte do mesmo é individual e subjetiva, e está relacionada com as experiências anteriores de cada indivíduo. Relativamente aos públicos, o museu tem, agora, de manter-se a par dos meios tecnológicos utilizados pelas novas gerações, quer para o estudo e implementação de novas formas de comunicar, quer para a divulgação da oferta do museu.

Desta forma, o museu aprende, tendo em conta o contexto social em que está inserido, fazendo, talvez, com que estas alterações se repercutam na captação de novos públicos e na democratização do museu, tornando-o acessível e aberto a

todos.

4. Conceito de Jovens

Ao longo desta dissertação, o termo jovens surge tendo em conta uma determinada faixa etária. Esta consideração compreende a definição de *youth* - juventude - segundo a Organização das Nações Unidas (United Nations, 2007).

Apesar de não haver uma definição única estipulada internacionalmente, este termo refere-se aos indivíduos com idades compreendidas entre os 15 e os 24 anos de idade.

A Organização das Nações Unidas reconhece a adolescência como o período entre os 10 e os 19 anos de idade, e a *Youth*, ou juventude, entre os 15 e os 24 anos de idade (United Nations, 2007) e define-as como o “período de transição desde a dependência da infância, até à independência da vida adulta⁴”. Por ser uma categoria fluída, a idade é o fator que mais facilmente a caracteriza. “Juventude é por norma referente a uma pessoa entre a idade do término da educação compulsiva, e a procura do seu primeiro emprego” (United Nations, 2007).

No entanto, a definição de juventude pode alterar-se consoante as circunstâncias dos indivíduos por ela abrangidos, como, por exemplo, as situações demográficas, financeiras, económicas e sócio-culturais (United Nations, 2007), podendo ser considerado jovem um indivíduo com 35 anos.

Assim, optamos pela faixa etária definida consoante a definição das Nações Unidas, que define jovens como indivíduos com idades compreendidas entre os 15 e os 24 anos.

5. Conceito de Peer Education

O conceito de *peer education* caracteriza-se enquanto método pedagógico que promove a partilha de conhecimentos por parte dos intervenientes.

⁴ Tradução Livre: “‘youth’ is often referred to a person between the ages of leaving compulsory education, and finding their first job.” (United Nations, 2007)

Na *peer education*, partilham-se experiências, competências e saberes. Valoriza-se, também, a técnica, o fazer e a observação.

A noção de Karl Deutch de comunidades de segurança — grupos de pessoas que compartilham um ambiente comunicativo e, conseqüentemente, compartilham valores, responsabilidades [...] e confianças mútuas — se aproxima da ideia da intersubjetividade (Adler, 1999).

A componente prática é parte integrante e crucial deste processo educativo, sobrepondo-se à teórica.

Este método de aprendizagem contínua rejeita as hierarquias existentes nas pedagogias adotadas pela maioria dos elementos da comunidade escolar.

O conceito de *peer education* tem um papel importante na forma de comunicação. Torna-a mais compreensível, pois existe uma partilha de léxico.

As suas experiências são partilhadas, e essas mesmas partilhas estão livres de preconceitos e certezas absolutas, tendo por base as noções do construtivismo social acima referido - rejeitando perguntas erradas e respostas certas, ao mesmo tempo que promove e incentiva a participação de todos os intervenientes na procura da viabilidade e do sentido (von Glasersfeld, 1998).

A informação constrói-se gradualmente e através da partilha de conhecimento, experiências e ideologias, sendo que essa mesma informação será posteriormente interpretada, analisada e transformada em conceitos, atividades e novas perguntas.

É possível relacionar *peer education* com inter-subjectividade, definida por Alane (Leal, 2014), como sendo “o reconhecimento do Outro”. Reconhece-se a subjetividade do Outro e se estrutura a sua própria, na relação com este Outro, na busca pelo sentido”.

II. Metodologia

Através de um enquadramento teórico, são, primeiramente, delineados alguns dos conceitos necessários para a definição e desenvolvimento do estudo.

De seguida, recorrendo a documentação oficial dos dois museus - relatórios anuais de contas, relatórios de suplementos, brochuras e publicações - bem como a entrevistas a colaboradores dos mesmos, é feita uma análise das características de cada um.

Ambas as instituições são contextualizadas historicamente, passando posteriormente à análise dos seus objetivos, das suas práticas museológicas, do seu serviço educativo, dos seus públicos e das suas ofertas programáticas.

Esta análise introduz as componentes e características do projeto BLIKOPENERS, que é apontado como exemplo e ponto de partida para a formulação de uma proposta a adotar no museu português.

A apresentação desta proposta sucede o estudo de um inquérito à comunidade, que visa identificar os principais fatores que influenciam a presença (ou ausência) da população jovem nos museus.

Primeiramente, foi feita uma comparação das realidades demográficas das regiões de Lisboa e de Amesterdão, e, uma comparação das realidades económicas afetas à Cultura. Neste caso, foram comparadas as percentagens destinadas à cultura, atribuídas por cada estado (Portugal e Holanda). Verificou-se que, apesar da situação demográfica ser semelhante em ambas as regiões, em Portugal, a Cultura e as Artes contam com um apoio financeiro significativamente menor por parte do Estado.

De seguida, procede-se à comparação de dois museus de arte moderna e contemporânea, o primeiro, Museu Coleção Berardo, em Portugal, e o segundo, *Stedelijk Museum* na Holanda.

De modo a identificar as barreiras existentes, e a justificar a pertinência do tema, foram recolhidos dados de artigos recentes, de carácter jornalístico,

académico e não-académico. A recorrência a bibliografia literária foi intencionalmente evitada, uma vez que o presente trabalho pretende demonstrar a realidade vivida atualmente.

Posteriormente, procede-se a uma comparação do Museu Coleção Berardo com o Stedelijk Museum, tendo em conta os seus históricos enquanto instituições culturais em cada uma das cidades em que estão sediados, bem como as características afetas ao seu funcionamento, recursos e desempenho.

A comparação feita entre ambos os museus, apresenta uma metodologia mista, combinando técnicas da pesquisa qualitativa e da pesquisa quantitativa.

A metodologia qualitativa assente nas entrevistas feitas aos membros do Stedelijk Museum, nomeadamente, à coordenadora do projeto BLIKOPENERS e dois ex-BLIKOPENERS. Visa compreender a realidade e as perspetivas empíricas dos entrevistados, acerca do seu meio e do projeto, de modo a refletir sobre as boas e as más práticas de um projeto com estas características.

O educador incorpora o peso da estrutura do museu e muitas vezes as instituições impõem regras no seu comportamento. A profissão de educador está asfixiada entre a didática, o profissionalismo empreendedor, o conhecimento, a cultura de consumo, as estratégias de marketing e comunicação (Oliveira, 2009, p. 201).

Também foram realizadas duas entrevistas à coordenadora do Serviço Educativo do Museu Coleção Berardo em novembro de 2017 e abril de 2018, que aprofundam os aspetos afetos à gestão, desempenho e funcionamento deste Serviço. No entanto, a sua transcrição e publicação não foram autorizadas pela entrevistada.

Para além destas, foi feito um inquérito a membros da comunidade de Lisboa. O inquérito efetuado a 115 indivíduos (segmentados por faixas etárias: inferior a 18 anos; entre 18 e 25 anos; mais de 25 anos) visou compreender quais são as necessidades do público jovem em relação aos museus, sendo, desta forma, um método quantitativo utilizado na investigação.

A escolha dos inquiridos teve em conta o seu grau académico, bem como os diferentes percursos pessoais e profissionais.

As perguntas do inquérito identificam a faixa etária dos visitantes de museus portugueses, bem como a frequência da sua visita, a sua preferência tipológica de museu (e o museu ou a fundação de arte moderna e contemporânea portugueses preferidos), bem como os seus desejos relativamente à oferta programática disponível.

Este inquérito apura também a sua relação com o espaço do Museu e respetivas obras de arte, durante a sua visita, e as razões pelas quais os inquiridos visitam ou não museus.

Estas entrevistas e os inquéritos sustentam a pertinência da problemática identificada, e apresentam alguns fatores que a influenciam e constituem, corroborando a necessidade de inovar a abordagem dos museus portugueses relativamente à oferta programática disponível para o público jovem.

Ao longo da investigação, foram surgindo algumas dificuldades e limitações, tais como a frequência de deslocações, marcação de reuniões e entrevistas, juntamente com a recolha de dados de natureza estatística e empírica – no caso das entrevistas.

III. Estado da Arte

Em vários estudos, o *Stedelijk Museum* é apontado como exemplo a seguir, no que diz respeito a práticas museológicas inovadoras que visam a captação de públicos através da adaptação do discurso e da oferta programática às necessidades dos seus visitantes (Cantini, etc).

A nível internacional, existe uma preocupação demonstrada em relação à presença e participação dos jovens nos museus. São vários os estudos e notícias publicados que exploram este problema e procuram soluções.

Stuedahl e Smørdal afirmam que “a participação de jovens nos museus tem os mesmos objetivos e metas que os programas gerais de desenvolvimento juvenil” (2013).

Existe, ainda, uma preocupação acrescida com a formação de identidades positivas e o acesso democrático, ao mesmo tempo que se assume um compromisso com a aprendizagem é feita uma convocatória que inclua os jovens na participação na tomada de decisões em museus. Este tipo de programas pretende encarar os jovens para além de os ver como público, fortalecendo o seu papel perante o museu. Desta forma, os museus transmitem a ideia de que podem “criar ligações entre o desenvolvimento geral da juventude e a educação” (Stuedahl & Smørdal, 2013).

A acrescentar, de um modo generalizado, um outro objetivo que os museus pretendem atingir, ao implementarem projetos que visam a participação e o envolvimento dos jovens no museu e na sua oferta programática, é a angariação de um segmento de público que não os visita regularmente, seja por falta de interesse, por falta de divulgação, ou por falta de uma programação adequada, como é o caso, por exemplo, do *Stedelijk Museum*, ou do *Victoria & Albert Museum*.

Assim, estes projetos focam-se na cocriação de ofertas programáticas apelativas aos jovens, e na delegação de responsabilidades e desafios aos quais os jovens possam responder, colocando-os numa posição mais próxima em relação

à instituição e aos seus colaboradores.

Ao participar nestes programas, os jovens envolvem-se com os museus. Dea Birkett - diretora da iniciativa *Kids in Museums* apontava alguns dos motivos para a pouca frequência e participação dos jovens em atividades regulares dos museus: “Não estão a dar-lhes uma função para desempenhar. Não estão a motivá-los nem a confiar neles.” (Birkett, 2016)

Outras iniciativas com modelos semelhantes a apontar, e que envolvem a dinamização e divulgação de eventos no museu, consultoria, visitas guiadas, e criação de conteúdo para o museu são, por exemplo, ‘The Junction Youth Panel’, no Museum of London; MAMA, no ShowRoom Mama na Holanda, Roterdão; Open Art Space, para a comunidade jovem LGBTQ+ e MoMA Teen TakeOver, no MoMA em Nova Iorque; Art Explore / Teen Night / Teen Studio / Career Labs no Metropolitan Museum of Art em Nova Iorque; “HERE WE ARE!”, parte da iniciativa “Crack the code!”, pelo Staatliche Museen zu Berlin (Museus do Estado de Berlim), e que decorre no Museumsinsel Berlin, na Alemanha, entre outros.

1. Contexto Internacional

No panorama internacional existem vários projetos que visam o envolvimento e participação jovem em instituições culturais, que a seguir mencionamos.

1.1. *Whitney Museum* - Nova Iorque

Youth Insights

Foi através do *Whitney Museum*, em Nova Iorque que surgiu a principal fonte de inspiração para a criação e desenvolvimento dos ‘BLIKOPENERS’ (Vermeulen, 2017). Mais concretamente, através do projeto *Youth Insights*, que se divide em várias vertentes, cada uma devidamente programada para um público específico.

Alguns exemplos são o programa “***Youth Insights Introductions***” que, segundo o *website* do *Whitney Museum* (2018), “***é um programa gratuito de verão para alunos do ensino médio que aprendem a língua inglesa. O programa dá as boas-vindas aos adolescentes do Whitney para explorar, descobrir e discutir a arte americana e para criar obras de arte e escrita originais***”⁵. Este programa está aberto a alunos da cidade de Nova Iorque “nos 10º a 12º anos, que se identificam enquanto aprendizes da língua inglesa.” (Whitney Museum, s.d.)

Outra vertente, é o programa *Youth Insights Artists*, direcionado para alunos do ensino secundário, que promove encontros artísticos entre adolescentes e artistas contemporâneos, criando oportunidades de trabalho colaborativo e fomentando discussões sobre arte e a prática do pensamento crítico. O programa conta ainda com o *Youth Insights Leaders*, um estágio remunerado com duração de um ano dentro do museu, no qual os *Youth Leaders* organizam eventos, programação pública para outros adolescentes e visitas ao museu.

⁵ Tradução Livre: Youth Insights Introductions is a free summer program for high school students who are English Language Learners. The program welcomes teens to the Whitney to explore, discover, and discuss American art, and to create original works of art and writing. (Whitney Museum, s.d.)

Youth Insights Arts Careers

No caso do *Youth Insights Arts Careers*, os adolescentes inscritos exploram a carreira profissional no mundo artístico através da cooperação e da aprendizagem acompanhada por membros colaboradores do museu, profissionais das artes e outros adolescentes.

Num registo sem fidelização, o Whitney Museum dispõe de programas como o *Drop-In Programs*, em que estudantes do ensino secundário podem, ocasionalmente, participar na programação gratuita que promove encontros com outros jovens e artistas contemporâneos, ou no *Open Studio For Teens*, em que todas as tardes de sexta-feira, é possível criar peças de arte ou participar em *workshops* dados por artistas.

2. Victoria and Albert Museum - Londres

CreateVoice

O V&A Museum, em Londres, tem uma oferta ampla no que diz respeito a programas e projetos para adolescentes.

“CreateVoice é o Coletivo de Jovens do V&A. Um coletivo informal e diversificado de jovens de 16 a 24 anos” (Create Voice, s.d.). Este coletivo desenvolve as suas competências e rede de contactos dentro do museu, fortalecendo as oportunidades de carreira nas indústrias criativas.

O seu envolvimento inclui também a participação e o desenvolvimento de *workshops* e projetos com artistas, designers, criativos e curadores, e uma discussão posterior seguida da apreciação do trabalho realizado.

Estes jovens estão também responsáveis pela promoção do envolvimento dos seus pares nos eventos que realizam dentro e fora do museu, bem como pelas *CreateTours*, visitas guiadas que oferecem aos visitantes, pela escrita e publicação de artigos e notícias artísticas, produção de filmes e outros recursos, que facilitem

a aprendizagem artística de outros jovens, bem como por visitar outros museus e organizações culturais (Create Voice, s.d.).

CreateFutures

No *website* do *V&A Museum*, o projeto *CreateFutures* - derivação do projeto ‘*CreateVoice*’ - é um programa extenso de eventos gratuitos para jovens e outros grupos da comunidade, com idades compreendidas entre os 16 e os 24 anos, que não estejam inseridos em contexto escolar, de trabalho ou estágio.

Aqui, estes jovens têm a possibilidade de ganhar e desenvolver competências, conhecimento e qualificações, ao trabalhar com artistas e designers profissionais. (Victoria & Albert Museum, s.d.)

2.1 Wallace Collection - Londres

Young Curators

A *Wallace Collection* é uma instituição cultural em Londres que desenvolveu o projeto denominado *Young Curators* - em português, Jovens Curadores - cujo programa foi desenvolvido “em colaboração com educadores e famílias da escola local, a Escola Primária Católica de São Vicente em 2009.” (Wallace Collection, s.d.). Anualmente, os *Young Curators* fazem três visitas públicas, apresentando uma perspetiva da coleção, de um modo informal, expondo as suas visões pessoais únicas e jovens (Wallace Collection, s.d.).

Chelsea Coates (2017), *ex-Young Curator*, afirma que: **“depois de me tornar uma Young Curator, comecei a desenvolver uma compreensão mais profunda da arte, e a encarar os artefactos como se fossem portais para mundos históricos, em vez de os apreciar apenas num nível superficial. Percebi que cada objeto tinha uma história intrigante à espera de ser descoberta, que estava escondida no simbolismo da própria pintura ou no contexto de quando, e por que razões, foi feita”**. (Dixon, 2011)

Wallace Youth

Dentro desta instituição existe um painel de jovens, *Wallace Youth*, que atua como conselheiro perante o museu. O grupo é composto por 20 estudantes da região de Londres, com idades compreendidas entre os 14 e os 18 anos, que, para além de terem a possibilidade de organizar eventos, palestras e produzir conteúdo digital para o Museu, têm, também, a oportunidade de conhecer melhor o museu e as suas coleções (Wallace Collection, s.d.).

3. Contexto Português

No caso de Portugal, as iniciativas que visam a participação deste segmento de público fora do contexto escolar contam-se pelos dedos. “Em Portugal, há pouquíssimos projetos deste género. Há muito poucas alternativas informais e em contacto com o local de trabalho na área da cultura.” (Filipa Alves de Sousa, entrevista, 2018).

Uma delas, é o projeto Faz 15-25, no Museu Arpad-Szenes Vieira da Silva. “O **FAZ15-25** é um grupo de jovens (15-25 anos) com diferentes percursos e de diversas áreas, cujo interesse comum é estarem envolvidos na programação do Museu” (Fundação Arpaz-Szenes Vieira da Silva, 2010).

Orientado por Filipa Alves de Sousa, desde fevereiro de 2014 este grupo de jovens, selecionados através de um *Open Call online*, reúne-se na Casa-Atelier Arpad Szenes-Vieira da Silva.

O objetivo deste projeto é “dinamizar o museu, contribuindo na programação e planeando atividades, a partir de um olhar fresco e irreverente” (Fundação Arpaz-Szenes Vieira da Silva, 2010).

Participam em encontros mensais com “com convidados de renome, em sessões denominadas CONVERSAS COM ELES” de modo a aprenderem com as suas “experiências de vida e os seus percursos profissionais, num ambiente informal” (Fundação Arpad-Szenes Vieira da Silva, s.d.).

No Museu, organizam também eventos, como a iniciativa CONVERSAS

CONNOSCO, visitas que caracterizam como sendo ‘conversas informais, gratuitas e abertas a todos os tipos de público’ com a duração de meia hora. Estes eventos acontecem “com regularidade no Museu ou mediante marcação (para grupos)” (Fundação Arpad-Szenes Vieira da Silva, s.d.).

Em entrevista, a então responsável pelo grupo FAZ 15-25, Filipa Alves de Sousa (2018), explica o processo de trabalho do grupo: **[os membros] trabalhavam com as exposições. Houve uma exposição de *Pop-Art* no museu, para a qual oferecíamos uma programação paralela, que contava com debates, uma manifestação e uma parada com cartazes de *Pop-Art*, concertos, entrevistas com artistas e debates com jovens no museu. Tínhamos também visitas guiadas todas as semanas, à hora de almoço, e conversas com artistas nos seus ateliers** (Filipa Alves de Sousa, entrevista, 2018).

O projecto ‘Vieira da Silva Em Festa’, integrado nesta iniciativa, celebrou o nascimento de Vieira da Silva com concertos, música e debates.

Um outro projeto, terá sido o evento FAZ-TÁ POP, “um programa de eventos co-concebido e co-organizado pelo FAZ 15-25 e inspirado na exposição *Sonnabend I Paris – New York*” em que “todas as atividades e eventos são gratuitos e dedicados especialmente a públicos jovens” (Fundação Arpaz-Szenes Vieira da Silva, 2010).

Aquando a aproximação da data prevista para o do término desta investigação, o Museu Nacional de Arte Antiga lançou uma nova iniciativa para os jovens, de nome ‘Jovens do Grupo de Amigos do Museu Nacional de Arte Antiga’. (Jovens do Grupo de Amigos do Museu Nacional de Arte Antiga, 2018) . Embora seja tarde para o analisar, é importante identificar esta iniciativa e apontá-la enquanto oportunidade que contribui para a participação jovem neste museu.

IV. Lisboa e Amesterdão, contextualização

1. Demografia

De modo a comparar as realidades dos dois museus, o *Stedelijk Museum*, em Amesterdão, na Holanda, e o Museu Berardo, em Lisboa, Portugal, foi primeiramente necessário proceder a uma contextualização das realidades demográficas de cada cidade e região.

Foi também necessário comparar os apoios financeiros atribuídos à área da Cultura por cada um dos Estados.

Para tal, foram tidos em consideração vários parâmetros que poderiam influenciar algumas das características de cada museu, organizados por critérios.

A nível populacional, foi feita uma comparação estatística do número de habitantes nas regiões de Lisboa e Amesterdão, bem como o número de habitantes em ambas as cidades.

1.1. Dados Populacionais - Lisboa vs. Amesterdão

A tabela que se segue, indica a diferença de aproximadamente quinhentos mil habitantes entre a região de Lisboa e a região de Amesterdão.

Tabela 1 Número de habitantes na região de Lisboa e Amesterdão (2016)

Localização	Nº de Habitantes/Residentes
Região de Lisboa	2 809 168
Região de Amesterdão	2 332 773

No que diz respeito ao número de residentes nas cidades de Lisboa e Amesterdão, a tabela 2 mantém em conformidade a diferença populacional entre as cidades dos dois países, sendo que em Lisboa, segundo os dados da Câmara

Municipal de Lisboa (2016) contabilizam-se menos 304 562 habitantes do que a cidade de Amesterdão (Amsterdam University of Applied Sciences, 2015).

Tabela 2 Número de habitantes/residentes nas cidades Lisboa e Amesterdão (2018)

Localização	Nº de Habitantes/Residentes
Cidade de Lisboa	509 000
Cidade de Amesterdão	813 562

2. Participação Cultural

Relativamente aos valores afetos à participação cultural dos dois países, recorreremos ao estudo sobre o *Acesso e Participação Cultural* requisitado pela União Europeia em 2013, que compara o envolvimento da população de cada país em atividades de teor cultural, bem como o seu envolvimento em atividades artísticas.

O financiamento atribuído à cultura, e o orçamento anual total de cada um dos Estados, detém um papel importante aquando da consideração do desempenho de cada museu. Pela leitura dos dados percebe-se que existe uma diferença evidente, e consideravelmente grande no que diz respeito ao valor atribuído à Cultura em cada país, e, por conseguinte, ao apoio financeiro que cada museu recebe do Estado.

Considerados estes parâmetros, procede-se à comparação dos números afetos à realidade do *Stedelijk Museum* e do Museu Berardo. São apresentados os números de funcionários, de visitantes, exposições e atividades dinamizadas em cada museu, e em cada Serviço Educativo, incluindo, também, os números afetos às atividades dinamizadas pelos BLIKOPENERS, e o respetivo número de participantes.

A presença *online* de cada museu foi também comparada, por ter sido considerada um fator importante para a comunicação da oferta programática a públicos novos e/ou habituais possíveis.

O estudo europeu sobre a participação e acesso cultural de 2013 destaca os contrastes existentes entre os países da União Europeia (EU27), que inclui Portugal e os Países Baixos.

Segundo o documento *Framework for Cultural Statistics* da UNESCO (2009), a participação cultural inclui **práticas culturais que podem envolver desde atividades de consumo, bem como atividades realizadas dentro da comunidade, refletindo sobre a qualidade de vida, tradições e crenças. Inclui a participação em eventos formais e presenciais, como idas ao cinema ou a um concerto, bem como ações culturais informais, como participar em atividades culturais comunitárias e produções artísticas amadoras ou atividades quotidianas como a leitura de um livro**⁶ (UNESCO, 2009).

Apesar de ambos os países se situarem no continente Europeu, a população jovem de cada um deles difere nos níveis afetos à participação cultural.

Um estudo de 2016, do Ministério da Educação, Cultura e Ciência dos Países Baixos, refere que “os Países Baixos estão entre os países com os níveis mais altos de participação na vida cultural” (Ministry of Education, Culture and Science, 2016).

Ao contrário do que é descrito num artigo do jornal *Público* em 2013, afirmando que “de acordo com o inquérito Euro barómetro” em 2007, juntamente com a maioria dos países europeus, “a tendência mostra que os europeus se interessam cada vez menos pela cultura, verificando-se uma diminuição na participação em atividades culturais” (Carvalho, 2013).

Nos aspetos que dizem respeito a Portugal, “nas visitas a monumentos históricos e a museus e galerias Portugal também surge no fundo da lista – apenas 30% visitaram monumentos e 17% foram a museus e galerias” (Carvalho, 2013).

No grupo etário dos 15 aos 24 anos, a participação dos jovens europeus em atividades de teor artístico é a mais elevada, sendo que 54% têm uma participação

⁶ Tradução Livre: The 2009 UNESCO framework for cultural statistics (FCS) defines cultural participation as including: "cultural practices that may involve consumption as well as activities that are undertaken within the community, reflecting quality of life, traditions and beliefs. (UNESCO, 2009)

ativa, em comparação com os 40% ativos na faixa etária dos 25 aos 39 anos, segundo o estudo da *TNS Opinion & Social European Commission*, pedido pela Direção Geral para a Educação e Cultura da Comissão Europeia, que visa apresentar dados estatísticos referentes ao acesso e participação cultural na Europa, datado de 2013 (European Commission; TNS Opinion & Social European Commission, 2013).

Portugal demonstra uma posição inferior em relação aos Países Baixos no que diz respeito à participação e ao interesse cultural, que permite considerar que esta mesma posição acaba por afetar os números relativos à presença nacional em espaços museológicos e o envolvimento da população nas atividades que os museus têm para oferecer.

Este estudo questiona também a população da União Europeia sobre quais consideram ser os principais obstáculos à sua participação e ao seu acesso cultural, no que diz respeito a visitas a museus e galerias.

Nas estatísticas, presentes na Tabela 3, 35% aponta falta de interesse como principal motivo, e 32% aponta falta de tempo.

Tabela 3 Quais os obstáculos que impedem a população europeia (eu27) de participar em atividades culturais? (Participação Cultural na Europa, 2013)

Motivos	Falta de Interesse	Falta de Tempo	Muito caro	Falta de Informação	Escolha limitada ou qualidade fraca na zona de residência	Outro	Não Sabe
%	35%	32%	8%	3%	10%	8%	4%

Os números na Tabela 4 mostram que, em Portugal, no mesmo ano, apenas 17% da população tinha visitado uma galeria ou museu nos 12 meses precedentes, enquanto que na Holanda, foram 60% os que o fizeram.

Tabela 4 Percentagem da população que nos últimos 12 meses visitou um museu ou uma galeria (Participação Cultural na Europa, 2013)

País	%
Portugal	17%
Países Baixos	60%

No que diz respeito aos obstáculos que impedem os portugueses e os holandeses de participar e/ou aceder a atividades culturais nos 12 meses anteriores, a Tabela 5, mostra que 51% da população revela ter falta de interesse em visitar um museu ou galeria, sendo que, na Holanda, são apenas 35% que partilham o mesmo motivo.

Tabela 5 Percentagem da população que, por não ter interesse, não visitou um museu ou uma galeria nos últimos 12 meses (Participação Cultural na Europa, 2013)

País	%
Portugal	51%
Países Baixos	35%

O envolvimento em atividades culturais também é maior na Holanda, sendo que 42% responde que não se envolveu pessoalmente em nenhuma atividade artística nos últimos 12 meses, enquanto que, em Portugal, uma grande parte da População - 78% - revela não ter estado envolvida em nenhuma atividade de teor artístico (Tabela 6).

Tabela 6 Percentagem da população que não se envolveu pessoalmente em nenhuma atividade artística nos últimos 12 meses (Participação Cultural na Europa, 2013)

País	%
Portugal	78%
Países Baixos	42%

Um dos critérios que demonstra maior contraste entre os dois países é o número de visitantes nacionais que cada um apresenta nos seus museus, assinalados na Tabela 7.

Os Países Baixos totalizam os 694 museus, e os 34,4 milhões de visitantes em 2016. Portugal, com pouco mais de metade dos museus – 405, em 2016 - contabilizou apenas 13,6 milhões de visitantes.

Tabela 7 Número de museus e número total de visitantes de espaços museológicos em Portugal e nos Países Baixos (2016)

Localização	Nº Museus	Nº de Visitantes Nacionais (milhões)
Portugal	405	13 660 668
Países Baixos	694	34 400 000

O número de visitantes dos museus de arte em cada país difere drasticamente: Portugal conta com apenas 4 749 981 milhões de visitantes, e os Países Baixos com um número quase três vezes maior, totalizando os 12 343 000 milhões de visitantes em 2016 (Tabela 8).

Tabela 8 Número de visitantes em museus de arte em Portugal e nos Países baixos em 2016 - INE

Localização	Nº de Museus de Arte	Nº de Visitantes (milhões)
Portugal	84	4,749,981
Países Baixos	96	12,343,000

3. Financiamento da Cultura

O valor atribuído à Cultura em cada país também difere significativamente.

Em Portugal, apenas 0,048% do Orçamento total de 2017 foi direcionado para apoiar e financiar a área da cultura portuguesa (Tabela 9).

Por outro lado, o governo holandês apoiou com 12,7% do seu orçamento total como retratado na Tabela 9.

Os dados recolhidos pertencem ao orçamento holandês (documentos denominados *Miljoenennota 2016* e *Miljoenennota 2017*) e, no que diz respeito a Portugal, aos valores apontados pelo jornal *Diário de Notícias* e Agência Lusa, em 2016. (Agência Lusa & Diário de Notícias, 2016)

Neste jornal lê-se “os 454,7 milhões de euros repartem-se pelos 214,9 milhões previstos para o setor da cultura e dos 239,8 milhões, para a comunicação social” (Agência Lusa & Diário de Notícias, 2016).

Tabela 9 Valor recebido pelo Ministério da Cultura em 2016, valor atribuído à cultura, e respetiva percentagem em relação ao orçamento total do Estado, em Portugal e nos Países Baixos, em 2016 e 2017

2017				
País	Valor Recebido	Valor Atribuído	Orçamento Total	%
Portugal	454,7	214,9	-	0,048%
Países Baixos	33,8 (bilhões)	33,8 (bilhões)	264,4 (bilhões)	12,7%

V. *Stedelijk Museum* e Museu Coleção Berardo: Duas Realidades

O presente capítulo descreve as características dos dois Museus em questão: O Museu Coleção Berardo, em Lisboa, e o *Stedelijk Museum*, em Amesterdão.

De modo a interpretar as realidades das duas instituições é necessária uma contextualização relativamente ao seu surgimento. Posteriormente, investigam-se as missões e os objetivos a que cada uma se propõe, bem como o seu funcionamento e recursos disponíveis. É enfatizada a questão educativa e a oferta programática disponível nos dois museus.

O impacto que o Serviço Educativo do Museu Berardo e o projeto BLIKOPENERS do *Stedelijk Museum* têm no museu é medido através das estatísticas afetas ao número de visitantes e participantes nas atividades que cada um apresenta, e pelos testemunhos por parte de membros do projeto holandês.

Também é feita uma caracterização aprofundada do projeto BLIKOPENERS, identificando os recursos humanos e financeiros de que dispõe, bem como os métodos pedagógicos implementados, a oferta programática, o tipo de público que participa e angaria, e o compromisso que existe com o *Stedelijk Museum*.

São ainda identificadas as dificuldades relatadas pela fundadora do projeto, Marlous Van Gastel, e por ex-BLIKOPENERS e atuais *Alumni*.

1. Stedelijk Museum

O *Stedelijk Museum*, Museu Urbano, em Português, foi fundado em Amesterdão, na Holanda, em 1874, por iniciativa de alguns membros da burguesia da cidade de Amesterdão.

Com 144 anos, é um dos museus de referência no que diz respeito às artes moderna e contemporânea do país.

O seu historial é peculiar, uma vez que a localização final deste museu foi estabelecida, definitivamente, no ano de 2012.

Embora fundado em 1874, a construção do seu edifício inicial só foi iniciada em 1892, tendo terminado em 1895.

Em 2004, o Corpo dos Bombeiros de Amesterdão ordenou o encerramento do Museu por questões de segurança. O fecho de portas obrigatório, ocorrido em janeiro de 2004, segundo o arquiteto responsável, Mels Crouwel, dono da firma responsável por esta obra, serviria para a execução de um projeto de expansão e renovação do Museu, que iria custar 159 milhões de euros, comissionados pela cidade de Amesterdão (Siegal, 2007).

Desde 2004 até outubro de 2008, o museu instalou-se num novo edifício da cidade, sob o nome “*Stedelijk Museum CS*”, durante quatro anos e meio. Parte da coleção foi exibida no Museu Van Gogh, situado a poucos metros do museu original, e na Igreja *Nieuwe Kerk* (Stedelijk Museum, 2008)

O Stedelijk Museum CS manteve então exposições temporárias no edifício Post-CS, perto da Estação Central da Cidade de Amesterdão.

No ano seguinte, a Câmara Municipal de Amesterdão toma a decisão de privatizar o *Stedelijk Museum*.

Desde 2008 até 2009, o edifício do *Stedelijk Museum* é novamente sujeito a obras de reformulação e melhoramento do espaço.

De forma a manter a atividade do museu, é criada e colocada em prática a iniciativa *Stedelijk Goes To Town* (em português, ‘Stedelijk Vai à Cidade’) (Siegal,

2007), em que algumas das obras da sua coleção eram apresentadas noutros museus sob a forma de exposições temporárias, acompanhadas de programação pública com a inclusão de atividades e *workshops*.

É também no ano de 2008 que é iniciado o projeto BLIKOPENERS.

Em agosto de 2010, torna-se possível retomar o funcionamento do *Stedelijk Museum* no seu edifício original. No entanto, a finalização das obras parecia não chegar, transtornando a comunidade artística holandesa.

Até janeiro de 2011, surge o *Temporary Stedelijk* (Stedelijk Temporário) que assegura a sua continuidade até 2012, seguido dos projetos *Temporary Stedelijk 2* e *Temporary Stedelijk 3*.

Temporary Stedelijk foi a designação atribuída às intervenções artísticas que tiveram lugar no edifício original, aquando das obras, agora, finais.

O foco destas intervenções seria a apresentação de exposições que destacassem a coleção de design, e arte moderna e contemporânea do *Stedelijk Museum*, adaptadas às condições do espaço que as acolhia (Stedelijk Museum, s.d.).

No contexto do *Temporary Stedelijk 2* o museu oferece um “programa público variado e um programa educacional extenso para visitantes de todas as idades” (Stedelijk Museum, s.d.).

Na continuação *Temporary Stedelijk 3*, o Museu - juntamente com o projeto BLIKOPENERS - deu início a um ciclo de atividades, *tours* e *workshops* por toda a cidade, em parceria com outras instituições e iniciativas artísticas, envolvendo a comunidade artística, sem descurar a população que demonstrava menos interesse pelas artes e mais dificuldades de acesso a este tipo de intervenções. (Sollie, 2018)

Findas as obras, o museu foi oficialmente aberto ao público a 23 de setembro de 2012, contabilizando 95 000 visitantes no primeiro mês (Digitale Kunstkrant, 2012).

Atualmente, este museu possui e expõe a maior coleção de arte moderna e contemporânea e de design da Holanda, do século XIX até à atualidade, que, pela

forma como é trabalhada e exposta, “questiona os cânones em vez de os afirmar” (Stedelijk Museum, 2016).

O diretor William Sandberg, que exerceu as suas funções no museu de 1945 até 1963, foi o pioneiro da programação educativa no *Stedelijk*. Defendia que a arte deveria fazer parte do quotidiano, e ambicionava a descida dos custos de entrada no museu, considerando este gesto como um convite ao público para visitar uma instituição acessível e viva (Vermeulen, 2017).

Considerada “um dos seus principais objetivos” a educação mantém-se importante para o *Stedelijk Museum* (Vermeulen, 2017).

Com a ambição de apresentar novas narrativas à história da arte, em 2016, o *Stedelijk Museum* lançou um programa atrativo a um público geral amplo, bem como aos especialistas, e modificou a apresentação da sua coleção de arte.

Beatrix Ruf, diretora do *Stedelijk Museum* até 2017, acredita que é possível utilizar esta mesma coleção de arte para “contar muitas mais histórias do que as que contamos hoje” (Stedelijk Museum, 2016), unificando-a e trabalhando-a como uma coleção única, composta por diferentes disciplinas e meios. Encara a coleção como um todo, rejeitando a ideia de foco individual em “zonas ou apresentações”, ao mesmo tempo que defende as suas unificações e contextualizações, pois “nada pode ser considerado fora de um contexto histórico e social artístico” “de modo a demonstrar que a arte é uma tradução direta dos tempos atuais ou dos tempos passados”, ao mesmo tempo que permite a descoberta de novas conexões (Stedelijk Museum, 2016). Define este museu como sendo “ambicioso, investigador e dinâmico”.

Em 2016, pela primeira vez, o *Stedelijk* apresenta todas as disciplinas lado a lado, numa exposição que permite ao público explorar o desenvolvimento da arte e do design do século XIX até à atualidade - a *Stedelijk Base* (Stedelijk Museum, 2016).

A vertente da investigação deste museu permite contribuir - e apresentar ao público através das exposições - informação e avanços enriquecedores para os

cânones artísticos (Stedelijk Museum, 2016).

Atualmente, o Museu assume a importância e atribui destaque aos tópicos sociais - que, no caso de 2016, terá sido o da sustentabilidade - e aos momentos atuais através do desenvolvimento de exposições temporárias e da colaboração com artistas vivos.

Esta colaboração, que parte da sua abordagem singular digital, faz questão de fomentar o contacto direto entre os artistas e o público (Stedelijk Museum, 2016). Para estas exposições o museu desenvolve formatos curatoriais especiais e específicos para estes eventos.

Segundo o *Amsterdam Arts Council*, o programa do *Stedelijk Museum* distingue-se pela sua audácia e inovação, destacando ainda o fator da experimentação afeta à programação, o conhecimento demonstrado no desenvolvimento de exposições a solo, e o seu envolvimento profundo com assuntos e problemáticas contemporâneas. O *Amsterdam Arts Council* afirma ainda que “o programa do *Stedelijk* apresenta não só uma escolha apelativa de artistas e tópicos, como também os apresenta uma forma que é ao mesmo tempo bem concebida e ousada.” (Stedelijk Museum, 2016)

Estas características apontadas pelo Conselho de Artes de Amesterdão refletem-se na avaliação positiva do *Stedelijk Museum* por parte dos visitantes. Verificada em 2016, esta avaliação demonstra que “nos últimos anos [...] têm atribuído, consistentemente, uma pontuação de 8” numa escala de 0 a 10, de acordo com a sua satisfação para com o *Stedelijk Museum*. (Stedelijk Museum, 2016)

2. O Museu Coleção Berardo

A coleção presente neste museu remonta a uma história que teve início na década de 1990.

Segundo o *website Berardo Collection*, afeto aos assuntos relacionados com a coleção deste museu, pretendia-se que seguisse critérios historiográficos e cronológicos tradicionais, organizando, desta forma, as várias correntes e

tendências artísticas e de investigação, desde o final da Segunda Guerra Mundial até à atualidade (Berardo Collection, 2019).

Tendo em conta várias declarações do Comendador, a organização e atualização da coleção teve como objetivo a contribuição para a cultura portuguesa, desviando-se de aquisições por gosto, e focando-se numa cronologia extensiva e abrangente (Berardo Collection, 2019). As aquisições foram sendo feitas em leilões e em galerias.

Segundo o *website* Berardo Collection (2019) “é em 1993, na Galeria Valentim de Carvalho, em Lisboa, que a Coleção é vista pela primeira vez em Portugal” sendo que, quatro anos depois, “é assinado um protocolo com a Câmara Municipal de Sintra, sendo a Coleção exposta no antigo Casino da Vila, que atende pela designação de Sintra Museu de Arte Moderna – Coleção Berardo” (Berardo Collection, 2019). Em 1997 é, ainda, celebrado um outro protocolo com a duração de 10 anos, para a exposição pontual da coleção no Centro Cultural de Belém, em Lisboa.

Desde a abertura do museu de Sintra, que José Berardo propunha ao Estado Português a criação de um Museu de Arte Moderna e Contemporânea em Lisboa, considerando-o um elemento vital para fomentar a cultura e o turismo na capital.

Durante dez anos, até 2006, o Governo Português vinha oferecendo resistência ao projeto, até que foi assinado, a 3 de Abril desse ano, um protocolo que instituiu a Fundação de Arte Moderna e Contemporânea – Coleção Berardo.

Esta fundação é, até hoje, subsidiada pelo Estado.

O Museu Coleção Berardo, fundado em 2007, situa-se em Belém, Lisboa, e partilha o espaço arquitetónico com a instituição cultural Centro Cultural de Belém. Esta partilha, por vezes, manifesta-se através de eventos pontuais, em simultâneo nos quais intervêm estas duas entidades.

Cada uma tem a sua própria equipa, e trabalha para públicos diferentes.

Segundo o texto presente no documento *Relatório Anual de Contas de 2016*, o Museu Coleção Berardo “tem por missão preservar, estudar, expor e promover a

Coleção Berardo [...]” fomentando “a apreciação e o entendimento da evolução das artes plásticas desde o início do séc. XX até à atualidade, através de uma programação didática e diversificada” (Fundação de Arte Moderna e Contemporânea - Coleção Berardo, 2016).

O Museu Coleção Berardo apresenta como alguns dos seus objetivos instituidores a ambição de “ser um museu de referência nos circuitos de arte internacional.” contribuindo para “a afirmação de Lisboa como destino de turismo cultural”, colocando a Coleção Berardo “à disposição do público, de modo a desenvolver hábitos de fruição artística”. Ao mesmo tempo, serve de “plataforma de reconhecimento” para artistas nacionais, aquando das exposições temporárias.

Este Museu também visa a realização de “intercâmbios de obras da Coleção com outras instituições nacionais e internacionais” que permitam a “apresentação de artistas internacionalmente conceituados” (Fundação de Arte Moderna e Contemporânea - Coleção Berardo, 2016).

No que diz respeito a públicos, o Museu Coleção Berardo tem como objetivo a captação de públicos “sem hábitos de frequência de museus e promoção da visita frequente desses públicos” (Fundação de Arte Moderna e Contemporânea - Coleção Berardo, 2016) reforçando os meios de captação de públicos e divulgando o programa de exposições e atividades do museu.

VI. Museu Berardo vs. *Stedelijk Museum*:

O que dizem os números?

Contextualizadas e comparadas as duas realidades passamos à apresentação dos dados estatísticos de cada uma, tendo em conta os critérios selecionados ao longo da investigação. Os critérios são, nomeadamente, o número de funcionários do museu, de visitantes, o número de exposições temporárias, o

número de visitas nas plataformas *online*, o número de participantes nas atividades do serviço educativo e o número de participantes nas atividades dinamizadas pelos BLIKOPENERS.

O Museu Coleção Berardo conta com 88 funcionários, sendo que o *Stedelijk* contabiliza mais 108 pessoas, perfazendo os 196 funcionários

Tabela 10 Número de membros do staff do Museu Coleção Berardo e do Stedelijk Museum em 2017 (Museu Coleção Berardo) (Stedelijk Museum)

Instituição	Nº total de membros do staff
Museu Berardo	88
Stedelijk Museum	196

Tabela 11 Número de exposições temporárias no Museu Coleção Berardo e no Stedelijk Museum em 2016 e 2017 (Museu Coleção Berardo) (Stedelijk Museum)

Instituição	2016	2017
Museu Berardo	6	5
Stedelijk Museum	26	19

Tabela 12 N.º de visitas online nas plataformas do Museu Coleção Berardo e do Stedelijk Museum, incluindo as plataformas online dos Blikopeners em 2017. (Museu Coleção Berardo) (Stedelijk Museum)

Instituição	2017		
	Visitas ao Website	Likes no Facebook	Seguidores no Instagram
Museu Berardo	261 026	119 370	24 500
Stedelijk Museum	1 100 000	121 866	119 000
BLIKOPENERS	-	4192	3956

Organização dos Serviços Educativos

A Educação, à semelhança do que acontece no Museu Coleção Berardo, é

um dos objetivos principais do Stedelijk Museum.

No entanto, o departamento de Educação Interpretação e Publicação do Stedelijk Museum é recente, tendo apenas surgido em 2006 (Vermeulen, 2017).

Este departamento expressa a sua vontade de “construir pontes entre a arte e o público, não de uma forma elitista, mas em diálogo com o público” (Vermeulen, 2017). Segundo Robin Vermeulen, “os programas de hoje focam-se em técnicas informais para uma aprendizagem duradoura e no desenvolvimento de talentos e educação formal para escolas” (2017). O Departamento concebe e desenvolve atividades - como, por exemplo, *workshops* e visitas guiadas para crianças, adultos e seniores que visitam o Stedelijk Museum. Estrutura também atividades específicas para escolas, universidades e outros grupos.

A coordenação deste Serviço Educativo, com o nome Departamento de Educação, Interpretação e Publicação, segundo os dados presentes no Relatório Anual do Stedelijk de 2016, é composto por 7 elementos, designados curadores de cada área. Cada um desempenha funções específicas consoante a programação e projetos educativos do Stedelijk e em parceria com outras entidades e museus.

Segundo a coordenadora do projeto BLIKOPENERS, os cargos do Serviço Educativo do Stedelijk Museum estão divididos da seguinte forma:

Maren Siebert - Chefe de Departamento. (Inclui aprendizagem informal, *workshops*, e o laboratório da família - FamilyLAB);

- Dorine de Bruijne - Educação para adultos;
- Jeftha Pattikawa – Inclusão;
- Frouke Jorna - Escolas & Desenvolvimento de talento;
- Anne Sollie – BLIKOPENERS;
- Margita van Vugt - Audio & Vídeo.

Em 2016, “os curadores de todas as disciplinas colaboraram intensivamente entre si, em equipas editoriais” (Stedelijk Museum, 2016).

No Museu Coleção Berardo, o Serviço Educativo tem um papel de mediação e produção de conteúdos, sendo também responsável pela criação de atividades e

de uma programação destinada aos vários segmentos de público em torno da Coleção Berardo e de exposições temporárias.

Segundo o Relatório de Contas de 2016 da FAMC-CB (Fundação de Arte Moderna e Contemporânea - Coleção Berardo), o principal objetivo do Serviço Educativo do Museu Berardo é **fomentar a proximidade e o envolvimento entre público e museu, indo ao encontro dos diferentes interesses, expectativas e motivações e contribuindo, dessa forma, para novas aprendizagens, para o aprofundamento de conhecimentos artísticos, para a formação em cultura contemporânea e para proporcionar outras formas de lazer através de uma programação diversificada e dinâmica, partindo de metodologias ativas adaptadas aos diferentes segmentos de público** (Fundação de Arte Moderna e Contemporânea - Coleção Berardo, 2016).

O serviço educativo é composto por três pessoas. A responsável coordena ainda um outro dispositivo denominado “Apoio ao Visitante”.

Os assistentes de exposição têm como funções “a orientação sobre os itinerários, auxiliar no cuidado a ter com a integridade das obras e esclarecer os visitantes sobre dúvidas relativas às exposições permanentes e temporárias”. Alguns deles “passaram a realizar também atividades no Serviço Educativo” (Fundação de Arte Moderna e Contemporânea - Coleção Berardo, 2016).

Um estudo de 2009, que envolve a colaboração de educadores de vários museus portugueses, incluindo colaboradores do Museu Coleção Berardo, afirma que as coordenadoras têm “capacidade de decisão relativa à seleção dos educadores e organização da maioria das atividades, embora algumas dessas atividades estão sujeitas à aprovação do diretor” (Oliveira, 2009, p. 197).

No caso da coordenadora, acresce às suas funções atender às necessidades dos públicos, tendo em conta os interesses específicos das educadoras com as quais colabora (Ornelas, 2016).

Em comparação com o que acontece no Departamento de Educação, Interpretação e Publicação do Stedelijk Museum, em que existem recursos

humanos afetos a cada área na qual o Serviço Educativo atua, no Museu Coleção Berardo a equipa acaba por ter de desempenhar mais do que uma função, atendendo as necessidades específicas de cada área em que intervém.

Os membros educadores desempenham uma profissão sujeita a situações de instabilidade, que, devido às formações de curta duração que vão adquirindo, carece de uma “cultura académica educativa” (Oliveira, 2009, p. 197).

Segundo Maria Genoveva Moreira Oliveira (2009) no Museu Coleção Berardo, as exposições temporárias mudam a um ritmo acelerado, que, por sua vez, acelera a preparação do trabalho das educadoras, que envolve investigação e preparação de atividades educativas.

Pedagogias Adotadas

A pedagogia dos museus é uma característica que influencia a forma como os visitantes e os participantes nas atividades assimilam a informação que lhes é transmitida.

No museu holandês, a pedagogia adotada pelo Serviço Educativo - denominado, neste caso, por Departamento de Educação, Interpretação e Publicação - foi introduzida por Marlouse Van Gastel, aquando da apresentação do projeto BLIKOPENERS, sendo que, até então, eram desconhecidas pelos educadores do museu.

As teorias que a sustentam têm por base teorias construtivistas segundo Eilean Hooper-Greenhill, que averiguam quais as capacidades e poderes pedagógicos do, e dentro do museu. Estas teorias questionam a cultura museológica tradicional, apelando à “de teorização” da aprendizagem e da cultura, tornando-a mais prática e com atribuição de significado e relação perante o “aprendiz” e o assunto a ser aprendido (Hooper-Greenhill E. , 2007).

Relativamente à pedagogia adotada pelo Museu Coleção Berardo, o estudo de Maria Genoveva Oliveira, datado de 2009, no qual consta este museu, vários

educadores partilham da mesma opinião, considerando importante que o museu tenha o seu próprio currículo, distinto das escolas de ensino formal, sem rejeitar possíveis semelhanças e conexões (Oliveira, 2009).

O estudo conclui que, no que diz respeito aos museus incluídos, os educadores têm que conseguir adaptar-se à volatilidade da sua profissão, e a tudo o que exija a sua intervenção. As formações académicas dos educadores são distintas, tal como as suas experiências anteriores, a nível pessoal e profissional.

As artes plásticas são a formação mais comum, e as idades dos educadores variam entre os 25 anos e os 42 anos. Têm também de mostrar conhecimento de estratégias da psicologia educativa (Oliveira, 2009).

Dos educadores, espera-se que saibam comunicar (em várias línguas), e demonstrem dedicação ao conhecimento. Pretende-se, também, que sejam divertidos, profissionais e detenham sensibilidade artística, de modo a conseguirem transmitir uma imagem diferente dos museus. Excelentes comunicadores, dedicados ao conhecimento e encarregarem-se de dar uma imagem diferente dos museus (Oliveira, 2009).

Oferta Programática e Práticas Museológicas

A oferta programática dos dois museus, é talvez o aspeto mais distinto entre si, que acaba por refletir o efeito das práticas museológicas de cada um.

O *Stedelijk Museum* apresenta uma programação diversa e inclusiva, que, à semelhança das exposições que escolhe apresentar, demonstra preocupação e interesse em criar diálogos e discussões à volta das temáticas atuais (Stedelijk Museum, 2016).

A sua oferta programática pública engloba alguns dos projetos e parcerias que tem vindo a desenvolver, relacionando-a intrinsecamente com as exposições que acolhe e os tópicos e conteúdos que cada uma aborda e trabalha.

Por outro lado, no *Relatório Anual de 2016* do Museu Coleção Berardo consta

que “a programação do Serviço Educativo manteve-se diversificada, com atividades realizadas no âmbito da coleção e nas exposições temporárias”.

Nesta instituição o Serviço Educativo enfatiza a prática e a promoção da plasticidade nas atividades da programação. Visa, também, o desenvolvimento do pensamento crítico, “tendo sempre como ponto de partida a obra de arte” (Fundação de Arte Moderna e Contemporânea - Coleção Berardo, 2016).

A programação pretende incluir e envolver todos os segmentos de público, designadamente as escolas, as famílias, os adultos e seniores, incluindo, ainda, pessoas com necessidades educativas especiais e empresas, nas suas atividades educativas.

As visitas disponíveis denominam-se, pelas suas características, “visita-jogo, visita- jogo-oficina, visita-oficina, visita temática e visitas breves” (Fundação de Arte Moderna e Contemporânea - Coleção Berardo, 2016).

Ainda no Museu Coleção Berardo, as exposições do museu são definidas pela direção artística. No entanto, este departamento não define os conteúdos de cada uma. Feita a investigação, escritos os textos e executada a montagem, é só nesse momento que os educadores são requisitados e chamados a intervir. A construção de significados, nestas situações, acaba por ser descurada (Oliveira, 2009). As coordenadoras dos Serviços Educativos dos museus incluídos no estudo de Maria Genoveva Moreira Oliveira, “não tomam parte na decisão relativa às exposições, à sua organização ou durabilidade” (2009).

A abordagem à investigação e pesquisa para exposições enquanto prática museológica, difere bastante entre os dois museus.

No *Stedelijk*, são promovidas investigações em grupo que visam a descoberta e desenvolvimento de novas práticas museológicas e curatoriais. A investigação é incentivada pelo departamento de Educação, Interpretação e Publicação, existindo, dentro do mesmo, um núcleo próprio em que são desenvolvidas essas pesquisas.

Enquanto que, no Museu Coleção Berardo, a linha de pensamento de cada

diretor(a) artístico(a) materializa-se na escolha de exposições, na curadoria que faz em algumas, ou na seleção de curadores. A produção de conteúdos em torno da coleção e em torno de algumas exposições temporárias também é feita pelo Serviço Educativo, a partir do material exposto pela direção artística.

O educador investiga, muitas vezes, sozinho quando prepara atividades e sugere ideias para novas iniciativas. Oliveira apura, no seu estudo, que o tempo de estudo, preparação, criação e produção artística investido pelos educadores, nem sempre é pago (Oliveira, 2009).

Por outro lado, para a escolha dos seus conteúdos expositivos, o museu holandês valoriza os resultados e *feedback* do público para a escolha de exposições e conteúdos.

As parcerias estabelecidas com mais de quarenta empresas e instituições dos mais variados campos, desde a educação aos transportes, desde o comércio à banca, ajuda o museu a compreender os gostos da sua comunidade, à medida que amplia a sua exposição pública (Stedelijk Museum, 2017).

Em Lisboa, as parcerias que o Museu Coleção Berardo estabelece, visam facilitar o acesso e aproximar o público, ao mesmo tempo que aumentam a notoriedade do museu (Fundação de Arte Moderna e Contemporânea - Coleção Berardo, 2016).

VII. O Projeto BLIKOPENERS

De modo a apresentar uma descrição do projeto BLIKOPENERS mais próxima da realidade vivida pelos seus elementos, foram conduzidas várias entrevistas, entre os anos de 2017 e 2018. Esta documentação permite uma compreensão pessoal e empírica da realidade do *Stedelijk Museum* e do projeto BLIKOPENERS.

Para corroborar e complementar a informação obtida deste modo, foram também utilizados materiais de estudo disponibilizados e desenvolvidos pelos membros do *Stedelijk*, bem como outros materiais afetos ao museu e ao projeto.

O projeto BLIKOPENERS surgiu em 2008, através da iniciativa de Marlous van Gastel (membro do Departamento de Educação, Interpretação e Publicação), Karien Vermeulen (orientadora no projeto *Diversion*, uma agência de inovação social em Amesterdão), e a responsável pelo Departamento de Educação na altura, Rixt Hulshoff Poll (Stedelijk Museum, 2009).

O grupo BLIKOPENERS é constituído por 15 jovens com idades compreendidas entre os 15 e os 19 anos, residentes em Amesterdão.

Após um estágio no *Whitney Museum*, nos Estados Unidos da América, Marlous van Gastel reflete acerca da importância social dos museus. Os BLIKOPENERS baseiam-se, então, no projeto *Youth Insights* estudado por Marlous no *Whitney Museum*.

Por sugestão de Karien Vermeulen, foi então adotado o método pedagógico denominado *peer education*, devido ao sucesso demonstrado em projetos anteriores da agência *Diversion*, que envolvera públicos mais jovens (Stedelijk Museum, 2009).

Uma vez concluído o delineamento da proposta, foi apresentada aos curadores do *Stedelijk Museum* e imediatamente aprovada. A ambição por parte do *Stedelijk* de despertar o interesse do público jovem em relação ao museu foi um fator de peso no apoio demonstrado, desde o início, ao projeto BLIKOPENERS

(Stedelijk Museum, 2009).

Segundo a entrevista feita a Anne Sollie, no dia 5 de janeiro de 2018 no Stedelijk Museum (ver Anexo A), no ano de estreia, os BLIKOPENERS tiveram de executar o seu projeto ainda sem instalações definitivas, devido às obras que ocorriam no edifício original do *Stedelijk Museum*, o que levou à criação das series *Temporary Stedelijk* que, permitiram ao grupo e ao museu aproximarem-se de públicos que, por norma, não visitariam o museu.

1. Objetivos

O projeto BLIKOPENERS surge enquanto programa-piloto com a duração de dois anos, e financiado pelos fundos *SNS Reaal Fund*, *VSBfund* e *Mondriaan Fund*.

Os vários objetivos a que este projeto se propôs refletiram a observação feita pela equipa do *Stedelijk* no que diz respeito à presença dos jovens no museu.

Enfatiza-se a necessidade de quebrar os padrões verificados nas visitas ao museu, bem como a necessidade de cumprir um papel significativo no mundo dos jovens, ouvindo e implementando os seus pareceres e sugestões de uma forma estrutural nos vários departamentos dentro do museu.

Este projeto propõe também o trabalho conjunto entre os colaboradores séniores do museu e os jovens, enquanto colegas, organizando pesquisas e implementando técnicas de aprendizagem *peer-to-peer*. Ao mesmo tempo, desenvolvem-se estratégias visando um maior alcance de um público mais jovem (Vermeulen, 2017).

Van Gastel defende que o projeto não se dirige apenas aos jovens, mas aos objetivos do próprio museu, pois pode aprender com estes jovens e melhorar o seu desempenho através das suas sugestões, ao mesmo tempo que beneficia do trabalho feito por eles ao divulgarem e partilharem a coleção e a programação do museu com os seus pares.

Segundo Van Gastel, o foco do projeto é na “revitalização do museu a partir do interior, no crescimento pessoal dos participantes e no educar os seus pares

relativamente à coleção do *Stedelijk*, de uma perspectiva *peer-to-peer*” (Vermeulen, 2017).

Com este objetivo, o grupo tem como funções conduzir visitas guiadas no museu, organizar eventos para os seus pares e partilhar a sua opinião com o *staff* do museu (Stedelijk Museum, s.d.).

Existe também uma aprendizagem intergeracional: os BLIKOPENERS, através das visitas guiadas, têm contacto com público adulto e sénior. Estes encontros permitem a partilha de conhecimento e experiências, tanto por parte dos BLIKOPENERS, como dos visitantes.

Segundo as políticas do *Stedelijk*, o projeto dos BLIKOPENERS é considerado como uma forma de aprendizagem informal, que vai ao encontro da abordagem de longa duração do museu perante a aprendizagem (Vermeulen, 2017).

2. A Equipa

Na proposta inicial, o grupo dos BLIKOPENERS seria constituído por 15 elementos e 1 coordenador de projeto – números idênticos aos do projeto *Youth Insights*, no *Whitney Museum*.

Marlous justifica esta escolha por considerar a possibilidade de desistência de alguns elementos a meio do projeto, e, neste caso, o grupo manter-se-ia com um número satisfatório de membros (Stedelijk Museum, 2009).

A seleção do grupo tem em conta os critérios designados pelas fundadoras do projeto BLIKOPENERS, sendo que, “os BLIKOPENERS têm duas coisas em comum: uma mente aberta em relação à arte, e a ousadia de expressar as suas opiniões” (Stedelijk Museum, 2010).

Aquando da fase de candidaturas, Karien relata que a maioria das submissões - cerca de 70% (Stedelijk Museum, 2009) - eram de raparigas jovens “caucasianas, bem-instruídas e extremamente motivadas”.

Porém, um grupo homogéneo e uniforme não servia o propósito dos BLIKOPENERS. Pretendia-se alcançar um grupo diverso, e dar a entender que

todos são bem-vindos e podem envolver-se no projeto (Stedelijk Museum, 2009).

Assim, a seleção foi feita tendo em conta critérios como os interesses e as experiências pessoais anteriores, o facto de serem residentes em partes distintas da cidade de Amesterdão, bem como a idade e o nível de instrução de cada um. Também foi tida em consideração a existência de um rácio igual entre o sexo masculino e o sexo feminino. “Diferentes tipos de pessoas, trazem diferentes tipos de amigos para o museu; a ideia é alcançar o maior e mais diverso grupo” (Stedelijk Museum, 2009).

Na fase de seleção, ao longo de um dia, os candidatos são submetidos a vários desafios. Desde a apresentação pessoal, ao planeamento de um evento hipotético e respetiva campanha promocional, é avaliada a capacidade de criar soluções num curto espaço de tempo, de trabalhar em grupo e de proceder a apresentações públicas de projetos.

Na fase final, os candidatos são divididos em dois grupos: um, familiarizado com a arte, e outro, que nunca teve contacto com arte ou museus.

O grupo que nunca teve contacto com arte ou museus acabou por demonstrar ser uma mais-valia para este projeto, pois “teriam mais conhecimento sobre como encorajar o interesse dos outros jovens pela arte e pela cultura” (Stedelijk Museum, 2009)

Um dos requisitos para a candidatura era a idade: compreendida entre os 15 e os 19 anos de idade.

Anne Sollie, coordenadora dos BLIKOPENERS, explica que a especificação desta faixa etária acaba por ser benéfica para ambos; por um lado, defende que “não é bom manter as pessoas muito tempo, pois não permite obter novas experiências dentro do museu, uma vez que já estão acostumadas ao espaço e ao seu funcionamento” (Ver Anexo A).

Por outro, explica que, “quando se tem esta idade, este é provavelmente o primeiro emprego, e é importante aprender estas coisas. Caso a faixa etária fosse maior, estas experiências e competências já estavam adquiridas”. Numa

comunicação via *e-mail* em 2018 (Ver Anexo A), Nicki Teersteg explica:

Os BLIKOPENERS refletem os jovens na área de Amesterdão e Randstad; representam um grupo amplo e diverso. Conseguimos alcançar este grupo através da sua abordagem “fresh”, da sua rede de contactos (network) e dos seus valores - únicos, reais, originais⁷.

Segundo Nicki (2018), membro do projeto desde 2017 até 2018, uma das principais razões pela qual os adolescentes estão interessados em participar neste programa exclusivo é o facto de poderem desenvolver e expandir as suas oportunidades de carreira.

“O Stedelijk Museum é um lugar para ganhar competências e experiência. Os BLIKOPENERS recebem formação para trabalharem enquanto parte de uma equipa, fazendo apresentações e visitas guiadas, ao mesmo tempo que desenvolvem a escrita, conduzem pesquisas e organizam eventos. Através deste programa com a duração de um ano, os adolescentes adquirem conhecimentos sobre como o museu funciona, e têm a oportunidade de conhecer profissionais da área: colaboradores do museu, artistas contemporâneos e designers”⁸ (Ver Anexo A).

3. *Alumni*

Pelos bons resultados e pelo *feedback* positivo por parte dos ex-membros do projeto, o *Stedelijk* decidiu assegurar a continuidade dos BLIKOPENERS que terminam o ano letivo, e criar uma nova designação para estes membros, que passam a ser os *Alumni*.

Deste modo, quem deseje continuar a desempenhar funções no museu e a

⁷ Tradução Livre de comunicação por *e-mail*: Blikopeners reflect young people in the Amsterdam and Randstad area; they represent a broad group. We reach them through the Blikopeners with their fresh approach and network and their core values – unique, real, original.

⁸ Tradução Livre de comunicação por *e-mail*: The Stedelijk Museum is a place to gain skills and experience. The Blikopeners are trained to work as part of a team, give presentations, lead guided tours, write, undertake research and organize events. Through this one-year program, teens gain an understanding of how the museum works, and get to meet professionals - museum staff, contemporary artists and designers.

colaborar com o grupo após o término do ano letivo, pode fazê-lo.

Apesar da frequência desta colaboração não ser tão regular como a dos BLIKOPENERS - que trabalham no museu todas as semanas - os *Alumni* mantêm a remuneração. No entanto, trabalham apenas quando são requisitados pelo museu ou pela coordenadora do projeto.

Esta decisão, explica Anne Sollie, deve-se ao facto de muitos quererem continuar a exercer as suas funções e a colaborar com os novos elementos, e com o museu.

Em entrevista à *Alumni* Melissa Opti, (ver Anexo A), esta explica que continua a ter a possibilidade de trabalhar em vários projetos no museu. Esta colaboração mantém-se possível com a contínua conexão entre a coordenação dos BLIKOPENERS, e os *Alumni*.

Por norma, esta conexão acontece em projetos atribuídos a estes elementos - como, por exemplo, os *workshops* - em que se combinam as competências e mais valias do novo grupo, com os conhecimentos e experiências dos *Alumni*.

“O *networking* é também uma parte importante desta colaboração”, explica Melissa (2018), “por vezes há artistas que precisam de suporte humano para incorporar as suas obras contemporâneas - e, neste caso, são feitas audições e os envolvidos são remunerados - ou, no caso de coisas mais simples, os *Alumni* podem ajudar a realizar os eventos dos museus. Podem fazer discursos em eventos do museu e falar sobre os BLIKOPENERS, podem ajudar na orientação dos visitantes, podem ajudar no bengaleiro, servir bebidas, ser júris de concursos de arte, etc” (Disponível no Anexo A).

Melissa refere ainda que também têm uma *“equipa responsável pelas redes sociais, e pela orientação, equipa esta que serve para ajudar os BLIKOPENERS a fazer visitas guiadas. Não temos nenhum tratamento especial, mas, uma vez que somos mais experientes, somos selecionados primeiro para colaborar nos*

*projetos.*⁹ (Opti, 2018)

4. Coordenadora - Anne Sollie

Anne Sollie desempenhou o papel de coordenadora do projeto BLIKOPENERS no ano letivo 2017/2018.

Aos coordenadores do projeto compete prestar assistência à organização e preparação das atividades.

Em entrevista, o *Alumni* Amine Lans, ao descrever o processo de planeamento e organização de atividades para um evento, salienta a importância do papel desempenhado pela coordenadora. ***A Anne ajuda-nos a encontrar artistas e a contactá-los quando os queremos envolver nos nossos projetos. Para além disso, ela também lida com as questões financeiras dos nossos projetos, e ajuda-nos a fazer as listas de itens e tarefas que poderemos precisar para realizar o que visionamos. Sempre que podemos, usamos a nossa rede de contactos quando precisamos de pedir coisas emprestadas para os eventos.***

Anne Sollie está, também, encarregue da gestão do tempo até à realização de eventos, e da comunicação que é feita entre o museu e o projeto. Assim, trabalha de modo a garantir que todos os envolvidos estão a par das atividades planeadas e dos recursos que cada uma envolve, desde custos, logística, ocupação de espaços, requisição de segurança, etc.

Durante a entrevista, foi possível observar a cumplicidade entre Amine Lans e a coordenadora: a sua relação é próxima e informal. A admiração por Anne Sollis é partilhada pelos outros *Alumni*, afirma Amine Lans.

Quando questionada acerca da durabilidade do projeto, Anne Sollie explica que

⁹ Tradução Livre de comunicação via WhatsApp: As an alumni you can work on several projects in the museum. Anne usually sends out emails about projects or workshops where Blikopeners are needed. She always wants to combine someone from the main group and alumni's into these projects so the new ones can learn and network a bit. This can be to organize an event or workshop, being a part of some contemporary artwork where the artist needs people to be a part of it (they do hold auditions for this and they get paid), or simple things like giving a speech during an event about the Blikopeners, guiding people there, serving drinks, helping in the cloakroom, being a jury for an art contest etc. Besides that we also have a socialmedia team and a guide team. The alumni's are always a big part of that.

They get no special treatment, but since they are more experienced they get chosen to do projects faster. The guide team is for giving tours.

teve uma preocupação pessoal que acabou por expor ao museu: “como é que conseguimos continuar a trabalhar com estas pessoas que já ajudaram tanto o museu, que não queremos perder, e que são tão boas no que fazem? Como é que as mantemos no museu por mais tempo, com um salário adequado, que as faça sentirem-se apreciadas pelo museu e pela equipa?”. Como solução, e de modo a colmatar estas questões, criou-se a categoria *Alumni*.

Van Gastel, acredita que este projeto fez parte de algo importante a nível pessoal, para os que nele participaram (Vermeulen, 2017) daí a presença de alguns ex-BLIKOPENERS, agora *Alumni*, no museu, ainda hoje.

No entanto, Van Gastel salienta a preocupação demonstrada por membros atuais, com o futuro do projeto.

Preocupa-a saber se o projeto está ou não integrado na instituição e relacionado com as mudanças de gestão. Refere que há um novo diretor do departamento de educação, e que sente que a presença dos BLIKOPENERS não é óbvia para toda a gente. Afirmo, ainda, que considera ser melhor que o projeto exista dependente de fundos. “No caso do projeto do *Whitney Museum*, este está intrinsecamente ligado ao museu. Não pode ser feito sem ele. E acredito que se não nos mantivermos a par com o público jovem, é desastroso para o museu¹⁰” (Vermeulen, 2017).

5. Stedelijk Museum X BLIKOPENERS: um compromisso

Para um projeto com estas características ter lugar dentro de um museu como o *Stedelijk Museum*, é necessário que o museu esteja disposto a assumir um compromisso perante o mesmo, de forma a garantir a sua prosperidade.

Van Gastel salienta a importância de uma ligação intrínseca entre os BLIKOPENERS e o *staff* do museu. O projeto angaria novos públicos para o museu,

¹⁰ Ik kan het wel loslaten, maar mensen zeggen soms wel tegen mij dat ze zich zorgen maken over de toekomst van het project. Er is nu een andere directeur en hoofd educatie. Ik heb het gevoel dat het niet voor iedereen vanzelfsprekend is dat dit er is. Bij het Whitney was het onlosmakelijk verbonden met het museum. Het kan niet zonder. (Vermeulen, 2017, p. 96)

e ajuda-o a reinventar-se, contribuindo para a melhoria da sua oferta e funcionamento.

Em 2012, quando foi desenvolvido o programa, o museu concedeu um espaço próprio para este projeto: o '*BLIKOPENER Spot*'.

Este espaço acolheu exposições a solo, curadas pelos próprios BLIKOPENERS, que mostravam trabalhos de artistas específicos e divulgavam informações sobre o programa (Vermeulen, 2017).

No entanto, segundo Van Gastel, nunca foi essa a intenção do projeto. Os BLIKOPENERS deviam estar 'espalhados' pelo museu, e não concentrados, e escondidos, num único espaço. (Vermeulen, 2017)

Outro dos fatores que reflete o compromisso existente, é a autonomia concedida aos BLIKOPENERS dentro do museu: têm livre acesso às instalações e cada um é portador de um cartão de identificação de membros do museu. No que diz respeito a projetos, têm a liberdade e responsabilidade de planejar e desenvolver eventos específicos, sendo que, em alguns deles, a programação do museu no dia afeto ao evento é da sua inteira responsabilidade.

"Ser '*Blikopener*' no *Stedelijk Museum*, tem várias vantagens." - explica Anne Sollie (2018) - "entre elas, a rede de contactos que é criada. Na programação dos eventos, os membros têm oportunidade de contactar artistas e designers de renome, e convidá-los para se envolverem no projeto".

Para além das oportunidades de *networking* que providencia, o *Stedelijk Museum* também se compromete a remunerar os BLIKOPENERS pelo trabalho que desenvolvem.

Anne Sollie explica que o museu paga o ordenado mínimo, de acordo com a idade, com mais 20% desse mesmo valor. "O que acaba por ser superior ao valor que conseguiriam a trabalhar, por exemplo, num supermercado".

A coordenadora aponta este fator como sendo um motivo aliciante pelos quais os BLIKOPENERS, e os jovens que se candidatam a esta posição, se interessam em trabalhar no Museu.

Van Gastel afirma que o facto de serem pagos “é importante, se olharmos para as condições socioeconómicas dos jovens atualmente” (Vermeulen, 2017), e refere ainda que é um fator que afeta a sua motivação e a forma como experienciam o programa.

6. Pedagogia

A pedagogia adotada pelo projeto BLIKOPENERS, é um dos pilares que o caracteriza. De facto, o conceito *peer-to-peer* (par-a-par) ou *peer education* (educação entre pares) é utilizado sempre que se tenta descrever este projeto.

Consiste na partilha de conhecimentos por parte de todos os intervenientes. Na *peer education* partilham-se experiências, competências e saberes. Valoriza-se, também, a técnica, e o ‘saber fazer’. A componente prática é parte integrante e crucial deste processo educativo, sobrepondo-se à teoria. Este método de aprendizagem contínua rejeita as hierarquias existentes nas pedagogias adotadas pela maioria dos elementos da comunidade escolar. Outro dos pilares ao qual este projeto recorre, são as teorias construtivistas, nomeadamente, as teorias apresentadas por Eilean Hooper-Greenhill, que se aplicam tanto nas práticas museológicas do *Stedelijk*, como no projeto BLIKOPENERS.

Estas teorias surgem no contexto da investigação da missão dos museus perante uma sociedade em constante mutação. As exigências e mudanças sociais e culturais “forçam os museus a rever seus propósitos educacionais” e a “redesenhar as suas pedagogias” (Hooper-Greenhill E. , 2007)

As teorias de Hooper-Greenhill (2007) valorizam a aprendizagem prática em relação à teórica, e exploram o poder da pedagogia do museu, relacionando-o com a forma como interpretam o seu público e trabalhando para ele. Ao questionar a cultura tradicional museológica, criam-se novas relações entre o público e o museu, e entre a pedagogia e o museu.

No caso dos BLIKOPENERS, os membros aprendem entre si. Aprendem, também, com os *Alumni* e o *staff* do museu.

A relação de proximidade e equidade entre os elementos do projeto, permite que exponham as suas dúvidas e opiniões, sem qualquer tipo de restrições ou receios.

Uma vez que é formado um grupo heterogéneo, as personalidades e experiências pessoais diferem bastante. Tal facto possibilita a introdução de realidades por eles desconhecidas até então. Como exemplo, é possível apontar a diferença de culturas dentro do grupo: os BLIKOPENERS podem ser jovens com crenças religiosas diferentes (por exemplo: muçulmanos, católicos, ateus, judeus, protestantes etc.), podem ter históricos académicos distintos (estudantes de música, de gestão, de história, ou de moda, por exemplo), entre outras características que acabam por interferir nos hábitos e formas de pensar de cada um. Consequentemente, com a convivência e colaboração entre si, acaba por haver uma maior integração no grupo.

O conceito *peer-education* tem um papel importante na forma de comunicação. Torna-a mais compreensível pois existe um léxico comum. As suas experiências são partilhadas livres de preconceitos e de certezas absolutas, rejeitando perguntas erradas e respostas certas, ao mesmo tempo que promove e incentiva a participação de todos os intervenientes.

Segundo a entrevista de Amine Lans, de modo a explorar as competências e interesses de cada um, adotou-se um sistema de *Buddies*. Em português ‘amigo’ ou ‘comparsa’. Neste sistema, é atribuído um *buddy* a cada membro do grupo, que integra o *staff* do museu. São escolhidos e atribuídos pela sua relação com a área de maior interesse do BLIKOPENER. A sua função é partilhar com ele(a) os seus saberes, consoante a área em que trabalha. Também faz parte da sua função aconselhar o(a) BLIKOPENER no que diz respeito a técnicas, metodologias e ética de trabalho, que poderão ser-lhe úteis no futuro.

A educação entre pares tem, em simultâneo, um efeito positivo para as visitas guiadas, pois cada elemento é diferente e tem os seus próprios métodos para as fazer. Para as visitas a grupos são atribuídos dois BLIKOPENERS. A escolha desta

dupla é feita tendo por base as características de cada um “porque cada um tem o seu próprio ‘estilo’, cada tour é diferente” (Ver Anexo A).

7. Oferta Programática

A programação dos BLIKOPENERS é planeada em conformidade com os eventos do *Stedelijk*. No entanto, é da sua inteira responsabilidade planejar, promover e coordenar os eventos do grupo.

Ao longo de 2016, os BLIKOPENERS desenvolveram 24 atividades, desde formação, a planeamento, a coordenação e a realização de eventos no museu. Conforme os Relatórios Anuais do *Stedelijk Museum* de 2016 e 2017, e considerando como complemento informativo as entrevistas pessoais a Anne Sollie e Amine Lans, apresentam-se algumas das iniciativas pioneiras dos BLIKOPENERS:

Construction Cabin

De 2008 a 2009, a ‘cabine de construção’ desloca-se por Amesterdão. Quando o Museu ainda não tinha um espaço próprio definido, e ainda era chamado “*Temporary Stedelijk*” - esta cabine móvel levava o museu às localidades de Amesterdão, proporcionando aos habitantes a oportunidade de experienciarem miniexposições, *workshops* e conversas com artistas, curadores e o *staff* do museu.

Artober - Noite dos BLIKOPENERS

Este evento aconteceu duas vezes, entre 2016 e 2017. Ao combinar *peer education* e métodos de aprendizagem *online*, a Artober (*art + october*) define Outubro como o mês de arte para os jovens dentro do *Stedelijk Museum*. Ao longo deste mês, são disponibilizados *workshops online* dados por artistas escolhidos pelo grupo.

Neste evento, estudantes nacionais e internacionais visitam o *Stedelijk* e desenvolvem atividades de teor artístico, tendo a oportunidade de receber *feedback*

de artistas e professores universitários. Para a última noite do evento, está planeada uma festa de encerramento com música e *snacks* para os visitantes. Os estudantes participantes são presenteados com a oportunidade de expor o trabalho desenvolvido no museu.

Segundo o Relatório Anual do *Stedelijk* de 2016, o evento “Artober incorpora o compromisso do *Stedelijk* com o desenvolvimento contínuo de programas educacionais inovadores que atendam às necessidades de diversos grupos-alvo” (Stedelijk Museum, 2016).

Também marca um passo na aprendizagem online: o *Stedelijk* é o primeiro museu na Holanda a oferecer gratuitamente este tipo de workshops online. Em 2016, o museu também desenvolveu conteúdo online para professores de escolas primárias e secundárias, para uso em salas de aula. (Stedelijk Museum, 2016)

Museum Nacht - Noite dos Museus

A Noite dos Museus decorre na cidade de Amsterdão, e quase todos os museus da cidade abrem portas para receber os visitantes. Na oferta programática, quem visita o museu pode participar em *workshops*, e assistir a *performances* e palestras.

Os BLIKOPENERS são convidados a organizar os *workshops* e a orientar os participantes e visitantes do *Stedelijk Museum* para a *Museum Nacht*.

Em 2017, três BLIKOPENERS assumiram o cargo de ‘Produtor Júnior’ da *Museum Nacht*. “Eles foram responsáveis pela noite toda, sob o tema *Keith Haring* - conta Anne Sollié - “havia um artista a pintar as janelas ao estilo do Keith. Havia uma cabine de fotografias, almofadas para os visitantes se sentarem, binóculos para observar a tela do Keith exposta no teto do segundo piso, *SpeedTours*, e ainda havia *DJ’s* e *catering!*”.

Revela, ainda, que um produtor sénior que tinha produzido já quatro *Museum Nachts*, com apenas 26 anos de idade, ajudou os BLIKOPENERS no planeamento e coordenação necessários.

Neste evento, os BLIKOPENERS também aconselham o museu relativamente às pessoas (*DJ's* e artistas) que consideram que deveriam participar no evento.

BLIKOPENERS X Hip Hop & BLIKOPENERS Go Classic

Na iniciativa *BLIKOPENERS X Hip Hop*, o grupo de 15 jovens trouxe *performances* e *talk-shows* ao museu, no contexto do término de uma exposição - *Bell Invites* - com temática alusiva ao *Hip-Hop*.

Após o evento, os jovens do projeto refletiram sobre várias questões: ***Como podemos representar o nosso mundo através de imagens, palavras ou dança, de forma a assumir uma posição perante a nossa comunidade? Como podemos assumir uma posição que consiga elucidar e conectar as pessoas, mas também se atreva a fazer a diferença?*** (Stedelijk Museum, 2016).

BLIKOPENERS Go Classic

O evento *BLIKOPENERS Go Classic*, inteiramente organizado pelo projeto, relacionou as obras consideradas clássicas, com o vestuário, desafiando os visitantes a trazerem indumentária velha (Stedelijk Museum, 2016). Quem aceitasse o desafio teria direito a entrada gratuita no museu. Na descrição deste evento lê-se “Os clássicos do teu guarda-roupa, *versus* os clássicos da Coleção do Museu”.

What The Art?!

A primeira série televisiva do grupo foi desenvolvida em 2017, com o nome ‘*What The Art?!*’. Editada, filmada e apresentada pelos BLIKOPENERS, os elementos do grupo demonstram em formato videográfico as visitas que realizavam a designers ou artistas conceituados nos seus estúdios, explorando as temáticas e as técnicas afetos ao seu trabalho (Stedelijk Museum, 2016).

SpeedTours e Workshops

A programação de *workshops* que envolvam a comunidade artística e o público, bem como a prestação de visitas guiadas dentro do museu são outras das responsabilidades dos membros do grupo. As visitas guiadas podem também ser de curta duração, por isso denominadas de *Speed Tours* (Stedelijk Museum, 2016).

8. Números e Público

Em 2016, os BLIKOPENERS contabilizaram os 1 614 participantes presenciais em atividades ou eventos que desenvolveram. O evento que contabilizou mais visitantes foi o *BLIKOPENERS X Hip Hop*, realizado em março de 2016. Das restantes atividades, contabilizaram-se 183 visitantes no evento *Aspirant BLIKOPENERS*, 42 no *Blikopener Taster Day*, 102 na festa de *Alumni* em janeiro e julho, 15 no *workshop* com o artista Job Schroen, 708 no evento *BLIKOPENERS X Hip Hop*, 112 no *Kunstbende Event* e 452 visitantes no evento *Artober* (Stedelijk Museum, 2016). A Noite dos Museus (*Museum Nacht*), em 2016, contou com 5 587 visitantes (Figura 4).

BLIKOPENERS	
<u>Blikopener Participants</u>	<u>Number of participants</u>
Aspirant Blikopeners	183
Blikopener Taster Day	42
Blikopener Guided Tours on Request	60
Blikopener Speed tours on Saturdays and Sundays	112
Children's workshops led by Blikopeners	52
Attendees at alumni party: January and June	102
<i>Blikopener events and workshops</i>	
Dingen doen met kunstenaars Job Schroën	15
18 March Hiphop event	708
22 April Kunstbende event	112
ARTOBER online workshop	61
ARTOBERFEST visitors	452
Museum Night visitors	5.587

Figura 1 Números relativos aos visitantes e participantes em atividades e eventos nos quais os BLIKOPENERS estão envolvidos. (Stedelijk Museum, 2016)

Recursos Financeiros - Quais?

Anne Sollie afirma que não há dificuldades financeiras na realização de atividades idealizadas. “Em 2017 celebrámos 10 anos. Até agora sempre tivemos um apoio enorme de instituições que se interessavam pelo conceito de *peer education*”. A instituição *Fonds21* é o principal benfeitor do projeto do *Stedelijk Museum*, sendo a empresa *Randstad* que atua enquanto patrocinador oficial. Por seu lado, a organização artística *Kunstbende* atua enquanto entidade parceira dos BLIKOPENERS. Todas estas entidades estão envolvidas com o mundo artístico, permitindo assim uma partilha de interesses, de léxico, de público-alvo e de motivações.

Desafios e Dificuldades

Durante o crescimento do projeto foram detetadas algumas questões a melhorar.

Marlous Van Gastel relata alguns dos aspetos que gostaria de ver melhorados em relação ao papel deste projeto dentro do museu. Este projeto contribui para a angariação de um determinado segmento de público, ao qual o museu anteriormente não conseguia chegar da mesma forma. No entanto, o “maior constrangimento é vê-lo como algo integrante da instituição, e não como algo separado, à parte” (Vermeulen, 2017).

O desenvolvimento do programa é “muito dependente do diretor e da coordenação educativa gestora” (Vermeulen, 2017). Van Gastel considera um desafio a incorporação estrutural destes projetos em termos da qualidade da aprendizagem e da sua durabilidade (Vermeulen, 2017). Um outro aspeto que aponta a melhorar é a dependência dos objetivos e interesses da equipa do museu. Esta dependência é, também, preocupante em termos da sustentabilidade do projeto; por ser dependente de fundos financeiros externos e internos, razão pela qual surge a questão: será que o projeto continuaria sem estes apoios?

Para remuneração dos BLIKOPENERS e da coordenadora do grupo, aos custos de produção dos eventos, é necessário um orçamento. A coordenadora explica que o *Stedelijk Museum*, suporta cerca de 70% desse orçamento sendo o restante financiado por uma entidade exterior.

Assim, a evolução do projeto teria de considerar um novo modelo, autossustentável. A cofundadora Van Gastel (Vermeulen, 2017) lembra ainda que os *Alumni* formam uma comunidade - e uma *network* - bastante útil e vantajosa para o museu. O ideal, explica, era que se tornasse numa comunidade autossuficiente, argumentando que este projeto “já trouxe para o museu uma *network* de pessoas que poderão ser usadas a qualquer altura (tanto a nível de conteúdo, como de prática)” (Vermeulen, 2017).

No que diz respeito ao sucesso e ao alcance deste projeto, ambos poderão ser impulsionados através da criação de parcerias com empresas das mais diversas áreas, que estejam dispostas a providenciar os seus serviços, atendendo às necessidades que o projeto requer. Deste modo, cruzam-se públicos-alvo e melhora-se o desempenho do projeto. Exemplificando, as empresas podem ser da área dos transportes (facilitando a deslocação dos públicos ao museu através de campanhas promocionais/deslocações gratuitas), da área da restauração (possibilitando o lançamento de produtos com o mesmo público-alvo, proporcionando um momento agradável aos aderentes), entre outras.

Programação: números (Projetos Continuados)

Segundo o Relatório Anual de Suplementos de 2016 (Stedelijk Museum, 2016), a programação do Stedelijk ofereceu:

- No âmbito da teoria: 23 eventos, entre os quais palestras, lançamentos de livros e entrevistas feitas por artistas, curadores e críticos.
- No âmbito da performance: 11 de artistas de renome internacional, comissionados pelo Stedelijk Museum para o desenvolvimento e

apresentação/performance de novas obras.

- No âmbito das conversas: o Stedelijk proporcionou 11 encontros e diálogos informais com especialistas, sobre várias exposições de arte e design.
- No âmbito da componente de vídeo, o Stedelijk Film - designação do evento – realizou-se 10 vezes, dando lugar a 10 mostras de trabalho videográfico e performances relacionadas com estas e outras obras cinematográficas.
- No que diz respeito a eventos especiais: acolheu 21.

Estes eventos estariam relacionados com arte e/ou design, tendo sido desenvolvidos em parceria com outras instituições e entidades, sendo que um desses eventos foi inteiramente organizado pelos BLIKOPENERS (Artober). Um evento que contou com a coorganização dos BLIKOPENERS, foi a Noite dos Museus de Amesterdão (Museum Nacht Amsterdam), tendo três jovens produtores ficado encarregues do seu planeamento.

- Uma outra iniciativa que fez - e faz - parte da programação deste museu, foram as Stedelijk Friday Nights. Este evento aconteceu 10 vezes em 2016, e tem lugar à sexta-feira à noite. Cada uma das sessões disponibiliza atividades e uma programação diferente. Duas destas noites foram pensadas, organizadas e concebidas pelos BLIKOPENERS: BLIKOPENERS X Hip-Hop, uma noite que contou com performances e concertos ao vivo, no contexto do término da exposição Bell Invites, e BLIKOPENERS X Kunstbende, que disponibilizou aos seus visitantes uma palestra com um fotógrafo de renome, *workshops* de *graffiti*, *speed-tours* dadas pelos BLIKOPENERS, concertos e aperitivos.

Relativamente a atividades, no ano de 2016, o Stedelijk Museum, com a colaboração dos BLIKOPENERS, dinamizou 86 atividades no total. Também é importante para este museu enfatizar o seu papel enquanto apoiante do talento jovem. Em 2016 lançou as series Stedelijk Contemporary: um projeto que permitiu a vários artistas nacionais estrearem-se numa instituição cultural holandesa, sendo que, para alguns, este evento marcou a sua primeira exposição num museu (Stedelijk Museum, 2016).

Projetos Continuados

Em 2016, o Stedelijk conta com 3 projetos continuados. Os projetos continuados integram a programação pública do Museu, e desenvolvem-se em parceria com várias instituições holandesas. Os projetos, são:

- **UNFORGETTABLE Stedelijk.** Em Português “Stedelijk Inesquecível”, é um projeto que surge em 2013 em parceria com o Van Abbemuseum de Eindhoven. Direcionado a pessoas que sofrem da doença de Alzheimer, tem como intenção tornar a arte acessível a pessoas com demência e aos seus familiares. O projeto oferece visitas guiadas que encorajam os participantes a olhar, pensar, e a falar sobre arte, através da partilha das histórias, memórias, ideias e associações de cada um. A ideia para este projeto surge de um outro semelhante, denominado Meet Me at MoMA, em Nova Iorque. O Stedelijk Museum conseguiu difundir o programa deste projeto em mais 10 museus holandeses entre 2014 e 2016, com o apoio da empresa Gieskes-Strijbis Fonds (Stedelijk, 2018). Estas visitas guiadas têm lugar na primeira segunda-feira de cada mês, e cada guia coloca à disposição dos participantes várias questões e desafios criativos. Em 2016, contou com 47 grupos formados e 734 participantes (Stedelijk Museum, 2018).

- **MUSEUMS IN SIGN LANGUAGE.** Em 2016, o museu deu início ao projeto Museums in sign language (Museus em linguagem gestual), que consiste na disponibilização de visitas guiadas ao museu, feitas em linguagem gestual holandesa. Nestas visitas explora-se a coleção e as exposições temporárias recorrendo à ajuda de um intérprete. Estas visitas acontecem uma vez por mês, e em 2016, foram feitas visitas a 8 grupos, totalizando 73 participantes. (Stedelijk Museum, 2018)

- **CITY AND LANGUAGE.** O programa deste projeto, Stad en Taal: Ontmoet Kunst

(Cidade e Linguagem: Conhecer Arte) foi desenvolvido a pensar em “adultos que pretendam aprender a língua holandesa enquanto segunda linguagem no contexto artístico que o museu proporciona, de uma forma informal e relaxada, através da ajuda e coordenação de um tutor” (Stedelijk Museum, 2018). Este tutor é responsável pela apresentação de desafios e tarefas aos participantes, todas elas gratuitas antes e depois da visita. Este programa contou com 14 grupos e 193 participantes em 2016 (Stedelijk Museum, 2018).

No Museu Berardo, para além das atividades referidas no *website*, o Serviço Educativo conta também com vários projetos continuados. Estes projetos abrangem o público adulto e sénior bem como a comunidade escolar/académica.

Em 2016, o número de projetos continuados em contexto escolar aumentou, segundo o *Relatório Anual de Contas* desse ano. É um aumento que pretende estabelecer uma “intervenção mais consistente entre o espaço museológico e a escola”, contribuindo, em simultâneo, para “o desenvolvimento da educação em contexto formal e informal, fundamental na sociedade contemporânea” (Fundação de Arte Moderna e Contemporânea - Coleção Berardo, 2016).

Os projetos continuados do Museu Coleção Berardo referidos neste relatório são:

- Projeto Ágora, com a realização de exposição no final do projeto;
- Criação de projetos para público com necessidades educativas especiais;
- Projeto de continuidade com escolas - AproximArte e contexto familiar;
- Projetos de continuidade com a Casa Pia - projetos "Árvore" e "A minha casa é um museu", com a apresentação de uma exposição com os trabalhos realizados no projeto Árvore e nas oficinas de férias;
- Continuação do projeto "MEMO", com alunos do Liceu Francês Charles Le Pierre e realização de uma exposição com os trabalhos produzidos e oficina de férias;
- Realização do projeto contínuo Semear, com três turmas de pré-

escolar do Jardim de Infância de Belém.;

- Finalização do projeto de continuidade de apoio social Geração_Geração;
- Continuação das visitas realizadas por críticos e historiadores da arte - "As escolhas dos críticos";
- Realização de visitas temáticas em torno das exposições temporárias.

O mesmo relatório refere ainda que “no âmbito dos projetos continuados foram estabelecidas novas parcerias com a Casa Pia, Fundação AFID, Externato Bola de Neve, Instituto Condessa de Relvas, CACAV, Associação Adão, entre outras”.

No entanto, não é público o registo da oferta programática de 2016, relativamente a outras atividades dinamizadas no museu, não contabilizando as que constam no relatório. A tentativa de contacto com a coordenadora do Serviço Educativo respetivo não surtiu efeito, pelo que não nos foi possível recolher esta informação.

Para além dos projetos continuados, em 2016 o Museu Coleção Berardo organizou também uma conferência sobre a temática de uma das exposições temporárias patentes, e acolheu outras duas. Destas conferências, uma foi a nível internacional, em parceria com Universidades da área de Lisboa (Fundação de Arte Moderna e Contemporânea - Coleção Berardo, 2016).

Atualmente, de acordo com a informação disponível no *website* do museu Coleção Berardo, os projetos continuados referidos mantêm-se em vigor (Fundação de Arte Moderna e Contemporânea - Coleção Berardo, 2016). Para além destes, existem ainda novos projetos em vigor tais como o Projeto Identidades, o projeto Semear e o projeto Viagem pela Arte, etc (Museu Coleção Berardo, 2018).

As parcerias que o Serviço Educativo estabelece visam facilitar o acesso e aproximar o público, ao mesmo tempo que aumentam a notoriedade do museu

(Fundação de Arte Moderna e Contemporânea - Coleção Berardo, 2016).

Em 2016, algumas parcerias já existentes foram reinventadas junto de parceiros previamente estabelecidos, como a Câmara Municipal de Lisboa, o Festival Indie Júnior, o Ministério da Educação e Ciência, a Universidade Lusófona, o ACP e a revista Estrelas e Ouriços (Fundação de Arte Moderna e Contemporânea - Coleção Berardo, 2016).

VIII. Quem visita os dois Museus? –

Públicos

O *Stedelijk Museum* assume o compromisso de alcançar diversas audiências, mantendo a ambição de interagir com as mesmas de modo a criar ligações. Pretende que os seus visitantes pensem neste museu como sendo um museu aberto (Stedelijk Museum, 2016).

Para crianças e jovens com idade inferior a 18 anos, a entrada é gratuita, tal como acontece com os que sejam detentores dos passes *Museumkaart*, *ICOM*, *Amsterdam City Card*, *Holland Pass*, *Members Stedelijk Museum*, *Members Vereniging Rembrandt* ou *BankGiro Loterij VIP-Card*, sendo que o bilhete de adulto custa 17,50€. (Stedelijk Museum, 2016)

No caso do Museu Berardo, os Relatórios Anuais enfatizam o papel do Serviço Educativo para a captação de públicos, afirmando que tem contribuído para a divulgação da coleção exposta, bem como das exposições temporárias que este espaço acolhe.

A entrada no museu e as visitas para escolas e IPSS foram gratuitas até maio de 2017, a partir dessa data foi adotada outra política de bilheteira. O preço de entrada no Museu manteve-se gratuito para menores de 6 anos, mas para os restantes é cobrado 5€ por pessoa, existindo ainda um desconto de 50% para séniores e estudantes que concerne à atividade do Serviço Educativo.

Durante o ano de 2016 verificou-se um aumento de público nas atividades para famílias, bem como um aumento exponencial da realização de aniversários e um aumento na realização de visitas em língua estrangeira. Os números afetos ao público adulto nas visitas de fim-de-semana também demonstraram uma subida (Fundação de Arte Moderna e Contemporânea - Coleção Berardo, 2016).

O público recebido pelo Serviço Educativo do museu Coleção Berardo é maioritariamente constituído por grupos de escolas, com participantes com idades compreendidas entre os 2 e os 25 anos, dentro dos regimes preparatório do ensino pré-escolar, básico, secundário e universitário. Contabizam-se, também visitas de famílias e grupos seniores.

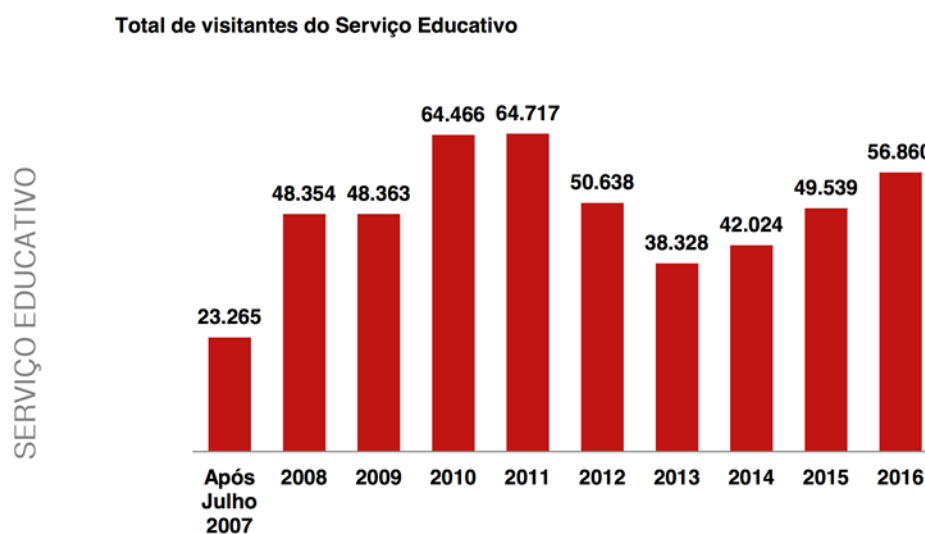


Figura 2 Número Total de Visitantes do Serviço Educativo do Museu Coleção Berardo após julho de 2007 a dezembro de 2016 (Museu Berardo).

Quanto ao número total de visitantes, as estatísticas desse mesmo ano indicam que “as 84 exposições até ao final de 2016, totalizam os 6.641.000 visitantes (Figura 2) sendo que “as duas exposições permanentes da Coleção Berardo contaram 2.142.489 visitantes” (Fundação de Arte Moderna e

Contemporânea - Coleção Berardo, 2016).

VISITANTES e ESTATÍSTICAS

Visitantes Julho 2007 > Dezembro 2016

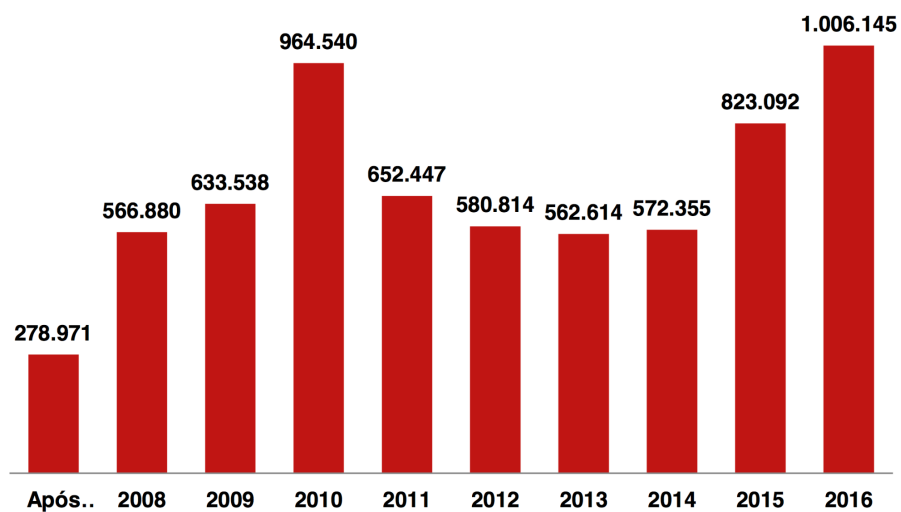


Figura 3 - Número total de visitantes no Museu Berardo após julho de 2007 até 2016 (fonte: Relatório Anual de contas do Museu Coleção Berardo)

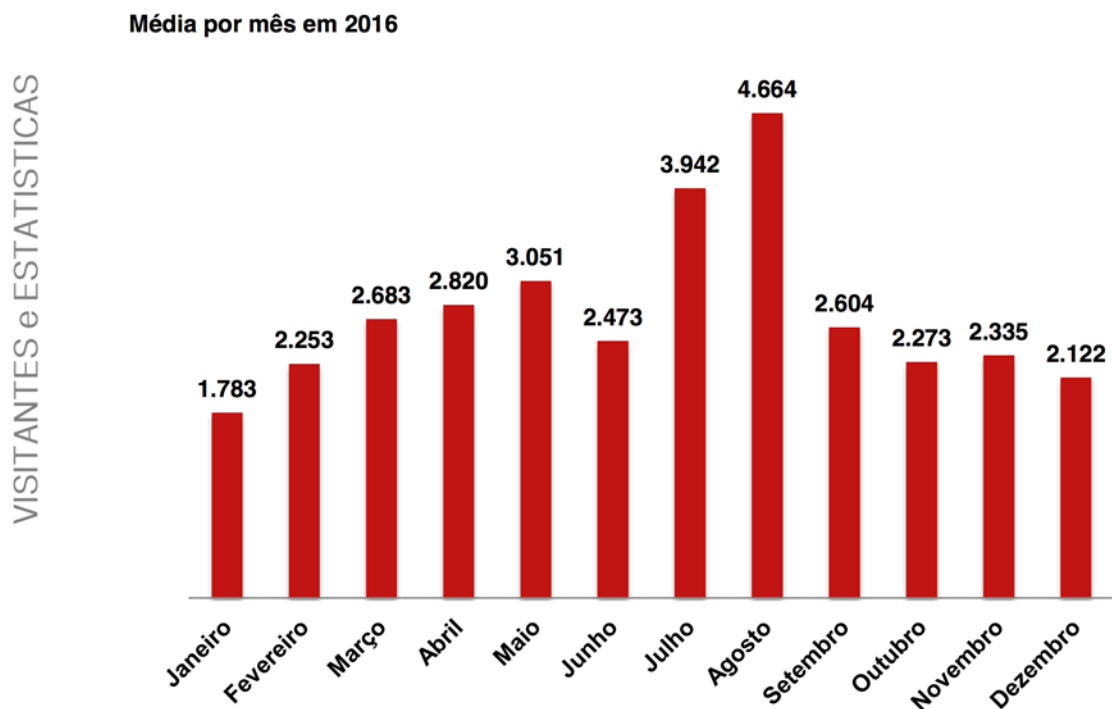


Figura 4 Média de visitantes do museu Coleção Berardo, por mês, em 2016 (fonte: Relatório Anual de contas do Museu Coleção Berardo)

No caso holandês, sejam visitantes nacionais ou internacionais, envolvendo desde a comunidade infantil e escolar, especialistas de arte - *art-connoisseurs* -, turistas ou artistas, o *Stedelijk Museum* apresenta-se como sendo de, e para todos, “de forma a que todos os que o visitem se sintam em casa” (Stedelijk Museum, 2016), demonstrando uma apreciação especial pelo público holandês aquando do processo de pensar novas apresentações.

É ambição do *Stedelijk* apresentar uma melhor gama de trabalhos da Coleção, explorando os diversos níveis em que estes interagem. A sua coleção tem em atenção os desejos e interesses do público, bem como da imprensa nacional holandesa e do seu Estado. No relatório do Stedelijk, lê-se “a coleção é propriedade do povo holandês.” (Stedelijk Museum, 2016)

O museu defende que o alcance de novos públicos se deve à oferta programática multifacetada que desenvolve e disponibiliza. As suas estratégias de

divulgação e parcerias que o museu cultiva, são, também, fatores que contribuem para a angariação ampla de novos públicos. Ao implementar todos estes aspetos, o Stedelijk afirma que as suas estratégias são “tão experimentais quanto a sua programação pública” (Stedelijk Museum, 2016).

Segundo o Relatório Anual do *Stedelijk* de 2017, 57% dos visitantes são visitantes nacionais, em contraste com os 34% que correspondem aos visitantes nacionais no Museu Coleção Berardo.

Tabela 13 Número total de visitantes no Museu Coleção Berardo e no Stedelijk Museum em 2017, e respetiva percentagem de visitantes nacionais (Museu Coleção Berardo) (Stedelijk Museum)

Instituição	Nº total de visitantes em 2017	% de visitantes nacionais
Museu Berardo	775 517	34%
Stedelijk Museum	691 851	57%

A utilização de meios digitais da atualidade, bem como a sua colaboração com eventos e marcas *mainstream* (como, por exemplo, festivais de música na Holanda), contribui para o contacto com audiências mais jovens (Stedelijk Museum, 2016).

Outra das novidades que o *Stedelijk* apresentou em 2016 foi a introdução da plataforma *Snapchat*, tendo sido um dos primeiros museus a utilizar esta forma de comunicação.

A percentagem crescente de visitantes estrangeiros, demonstra que o museu conseguiu aumentar a sua reputação perante o público internacional (Stedelijk Museum, 2016).

Público Jovem e os Serviços Educativos: Museu Coleção Berardo e Stedelijk Museum

No museu de Lisboa, o público recebido pelo Serviço Educativo é maioritariamente constituído por grupos de escolas, com participantes com idades

compreendidas entre os 5 e os 18 anos, dentro dos regimes de ensino preparatório, básico, secundário e universitário. Contam-se também visitas de famílias e grupos seniores.

Até 2016, o Serviço Educativo do Museu Coleção Berardo “dinamizou 12.250 atividades que levaram à participação de 260 000 pessoas. Ainda assim, estes números representam o total de vários anos (2007 a 2011), tendo havido um decréscimo em 2013.” (Ornelas, 2016). Em 2017, o Serviço Educativo do Museu Coleção Berardo contabilizou 50 522 participantes em atividades do Serviço Educativo. No entanto, não está disponível, uma discriminação da média das idades dos participantes nestas atividades.

No mesmo ano, o *Stedelijk Museum* refere no Relatório Anual que a média de idades dos visitantes continua a baixar. Foram feitas 2 378 visitas guiadas a 28 866 estudantes, famílias e adultos. Um total de 29 680 crianças e estudantes do ensino universitário visitaram a coleção permanente e as temporárias do museu, a maioria através dos programas educacionais disponíveis. Os restantes disfrutaram de visitas independentes (Stedelijk Museum, 2016).

Ainda em 2016, os BLIKOPENERS contabilizaram 1 899 participantes nas suas atividades, e 5 587 na Museum Nach – Noite dos Museus, em português, organizada pelos membros do projeto.

No *Stedelijk Museum*, em 2017, o Departamento de Educação, Interpretação e Publicação perfaz os 39.856 participantes nas atividades dinamizadas. Este departamento contou com a participação de 1 548 estudantes do nível VMBO (equivalente ao nível pré-ensino secundário, ou educação profissional/vocacional provisória, que compreende jovens com idades entre os 12 e os 16 anos de idade que visitaram o museu de forma independente e voluntária) num dos seus programas, e recebeu 1 270 grupos que participaram nos programas educativos, que totalizam os 16 158 participantes. No mesmo ano, 30 640 crianças e estudantes de 408 escolas visitaram o museu, e 1 082 jovens do nível VMBO (Stedelijk Museum, 2017).

Tabela 14 Número de participantes nas atividades organizadas pelos Blikopeners no Stedelijk Museum em 2017 (incluindo tours, speed-tours, eventos e workshops) e número de participantes nas atividades do serviço educativo do museu Coleção Berardo em 2017.

Nº de Participantes nas Atividades do Serviço Educativo	2017
BLIKOPENERS - <i>Stedelijk Museum</i>	2 535
Serviço Educativo <i>Stedelijk Museum</i>	39 856
Serviço Educativo Museu Coleção Berardo	50 522

VIII. O que querem os jovens?

Em 2015, Cantini expõe as estatísticas que revelam que “os jovens adultos, dos 19 anos aos 35 anos, formam um perfil demográfico sub-representado nos museus de arte contemporânea¹¹” (Cantini, 2015). Apela, ainda, à investigação das necessidades e motivações deste segmento de público de modo a que seja possível desenvolver estratégias que culminem no seu envolvimento com estas instituições culturais (Cantini, 2015).

Cantini faz referência à pesquisa de Hanquinet que caracteriza e cataloga os diversos tipos de público. Focando-se no grupo de jovens adultos dos 19 aos 35 anos, explica que são atraídos ao museu de arte pelas oportunidades sociais e pelos estímulos intelectuais que esta experiência proporciona (2015).

Enumera, também, as expectativas deste público quando visita o museu de arte:

- 1. Lazer e interação social;**
- 2. Oportunidade de aprendizagem;**
- 3. Consideração de background de conhecimento, crenças e valores;**
- 4. Envolvimento ativo;**
- 5. Aprendizagem Independente / Experiência guiada;**
- 6. Utilização de Internet e tecnologias;**
- 7. Programas e exposições de acordo com a sua identidade (jovens artistas, subcultura)¹² (Cantini, 2015).**

Este capítulo expõe as estatísticas apuradas após um inquérito anónimo online, intitulado “Relação dos Jovens com os Museus”, realizado ao longo desta

¹¹ Tradução Livre: The statistics revealed that young adults (19-35) form an under-represented demographic profile in contemporary art museums. (Cantini, 2015, p. 27)

¹² Tradução Livre: 1. Leisure and social interaction; 2. Opportunity to learn; 3. Consideration of background knowledge, beliefs and values; 4. Active involvement (physical and virtual); 5. Independent learning/ guided experience; 6. Usage of Internet and technologies; 7. Programs and exhibitions in compliance with their identity (young artists, sub- culture). (Cantini, 2015, p. 31)

investigação.

O universo deste inquérito é composto por cento e quinze portugueses e visa expor uma amostra que poderá servir enquanto indicador, refletindo acerca da relação que existe entre os jovens e os museus, e averiguar, também, os desejos deste segmento de público perante a oferta programática e expositiva.

Estes dados explicitam a frequência afeta à visita a museus e as razões pelas quais não são visitados mais vezes.

1. Universo do inquérito

O universo do presente inquérito é constituído por cento e quinze inquiridos, dos quais 61,7% pertencem à faixa etária entre os 18 e os 25 anos, 35,7% contam com mais de 25 anos de idade, e 2,6% com idade inferior a 18 anos. Uma vez que as respostas do inquérito seriam anónimas, não houve restrição do universo por faixa etária.

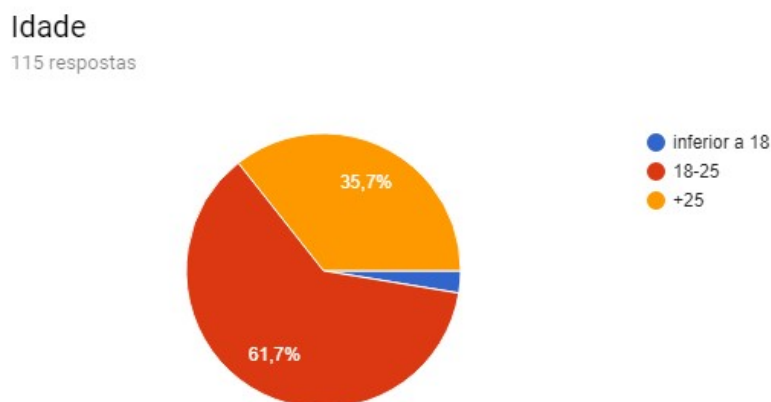


Figura 5 'Idade', correspondente à idade dos inquiridos. 'Relação dos Jovens com os Museus - Como atrair os jovens para os museus?' (2018)

Situação Profissional

Dos resultados, podemos perceber que 40% dos inquiridos estão empregados, 32,2% são estudantes. Os inquiridos em situação de desemprego perfazem os 9,6%, os que se encontram em regime trabalhador-estudante, 14,8%.

3,5% responderam 'Outro' ao indicar a sua situação profissional.

A minha situação profissional é

115 respostas

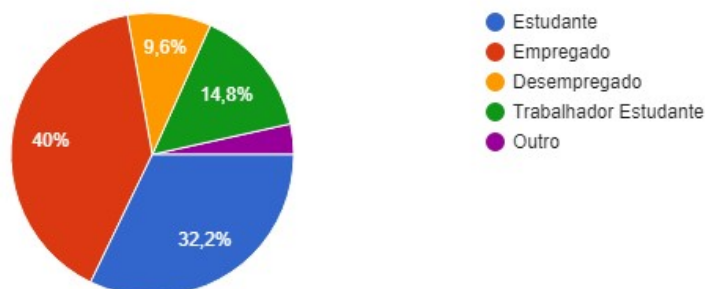


Figura 6 'A minha situação profissional é...', correspondente à situação profissional dos inquiridos. 'Relação dos Jovens com os Museus - como atrair os jovens para os museus?' (2018)

Habilitações Literárias

Dos inquiridos, 43,5% apontam Licenciatura como o grau académico, 37,4% indicam ter completado o Ensino Secundário. Com mestrado contabilizam-se 17 inquiridos, correspondentes a 14,8%. A percentagem de inquiridos com doutoramento e inquiridos com o ensino básico é igual, perfazendo os 0,9%. 2,6% responderam 'Outro'.

Habilitações Literárias

115 respostas

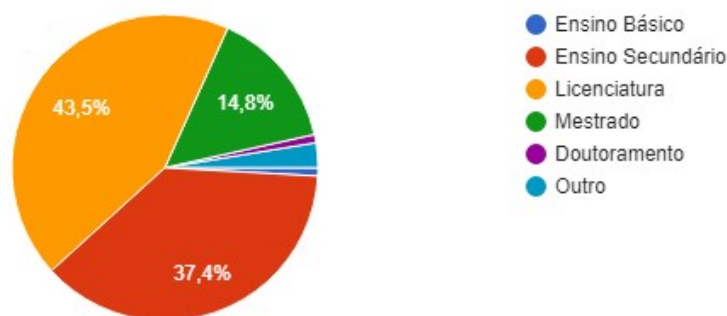


Figura 7 'Habilitações Literárias' dos inquiridos. 'Relação dos Jovens com os Museus - como atrair os jovens para os museus?' (2018)

Áreas de Formação

Das opções disponíveis (Línguas e Humanidades, Ciências e Tecnologias, Comunicação & Marketing, Ciências Socioeconómicas, Artes Visuais e Outro), 38,3% responderam 'Outro'. A maior percentagem a seguir, é a de Ciências e Tecnologias, que conta com 19,1%. 16,5% selecionaram Artes Visuais, e 13,9% Comunicação & Marketing. 7% equivalem à área de formação das Línguas e Humanidades, e 5,2% às Ciências Socioeconómicas.

Área de Formação

115 respostas

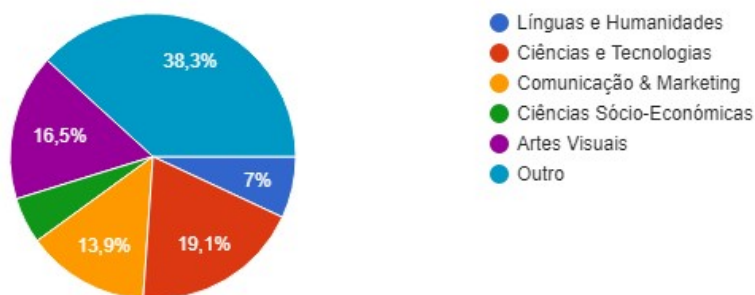


Figura 8 'Área de formação', dos inquiridos. 'Relação dos Jovens com os Museus - como atrair os jovens para os museus?' (2018)

Já visitei um museu de arte Moderna e Contemporânea

115 respostas

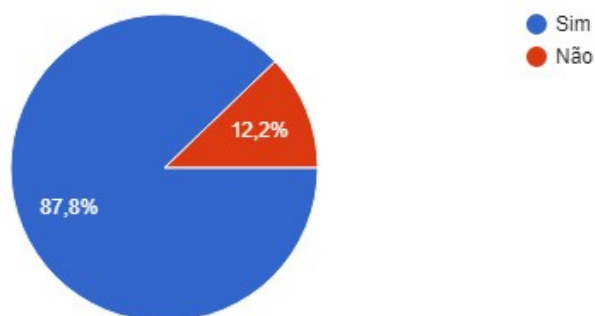


Figura 9 'Já visitei um museu de arte Moderna e Contemporânea', indicador da visita/não-visita dos inquiridos a museus de arte Moderna e Contemporânea. 'Relação dos Jovens com os Museus - como atrair os jovens para os museus?' (2018)

Catorze, dos cento e quinze inquiridos - equivalente a 12,2% -, revela nunca ter visitado um museu de Arte Moderna e Contemporânea. 22,6% visitou um museu de Arte Moderna e Contemporânea há mais de cinco anos, sendo que 13% responderam que a última vez que visitaram um museu destes foi num período entre 2 a 4 anos. 15,7% fizeram-no num período entre 1 a 2 anos, e 20% visitaram um nos últimos 6 meses - 1 ano. 21,7% indicam que a última visita a um museu deste tipo foi feita há menos de 6 meses. 7% responderam 'Outro'.

Visitei um museu de arte Moderna e Contemporânea há...

115 respostas

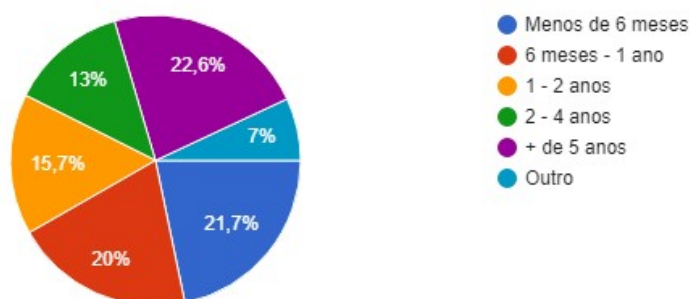


Figura 10 'Visitei um museu de arte Moderna e Contemporânea há...', indicador do período de tempo em que os inquiridos visitaram, pela última vez, um museu de arte Moderna e Contemporânea. 'Relação dos Jovens com os Museus - como atrair os jovens para os museus? (2018)

Este inquérito apresenta ainda a tipologia de museus visitados pela última vez. 36,5% dizem ter visitado um museu de Arte Moderna e Contemporânea. 15,7% indicam 'Outro', e 13,9% visitaram museus temáticos. 12,2% indicam os museus de Ciência e 11,3% indicam museus de Arte Antiga. 9,6% visitaram museus de História e 0,9%, correspondente a um inquirido, que visitou um museu Biográfico.

O museu que visitei foi...

115 respostas

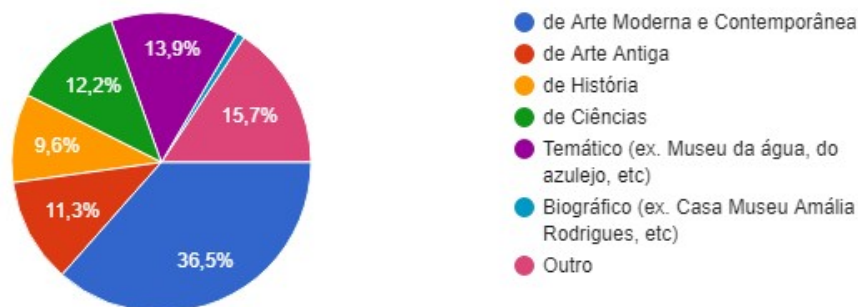


Figura 11 'O museu que visitei foi...', correspondente à tipologia de museus visitados pela última vez pelos inquiridos. 'Relação dos jovens com os museus - Como atrair os jovens para os museus?' (2018)

O gráfico abaixo (fig. 12), permite-nos aferir qual a preferência museológica dos inquiridos. Em primeiro lugar, estão os museus de História com 26,1%, e em segundo, os museus de Arte Moderna e Contemporânea, com 25,2%.

Prefiro Museus...

115 respostas

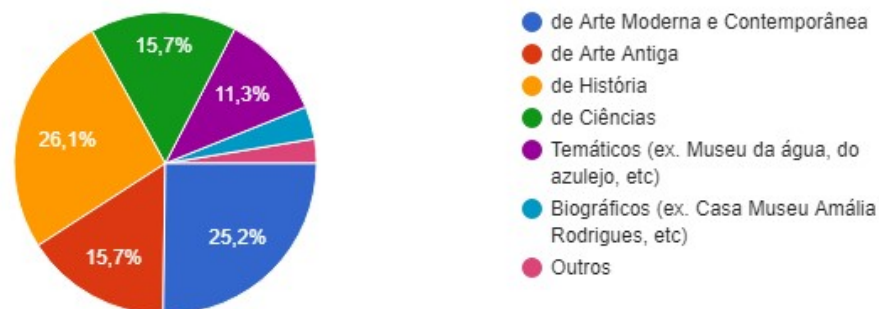


Figura 12 'Prefiro museus...', correspondente à preferência tipológica de museus dos inquiridos. 'Relação dos Jovens com os Museus - como atrair os jovens para os museus?' (2018)

Relativamente ao panorama português, os inquiridos revelam que o museu de Arte Moderna e Contemporânea de eleição é a Fundação Calouste Gulbenkian, seguida do Museu Coleção Berardo.

No entanto, fica em aberto a hipótese de ser o trabalho desenvolvido pelo Serviço Educativo da Fundação Calouste Gulbenkian a razão da preferência dos inquiridos, acrescida à divulgação feita pela instituição. Porém, esta hipótese não

foi averiguada na presente investigação.

Destes Museus e Fundações, o de Arte Moderna e Contemporânea que mais gosto em Portugal é...

115 respostas

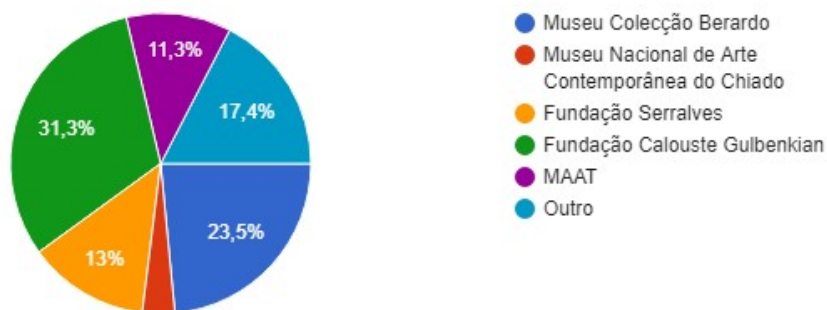


Figura 13 'Destes museus e fundações, o de arte moderna e contemporânea que mais gosto em Portugal é...', correspondente aos museus e fundações de arte Moderna e Contemporânea de eleição dos inquiridos, do inquérito 'Relação dos Jovens com os Museus - como atrair os jovens para os museus?' (2018)

À afirmação “Durante a minha visita...”, os inquiridos contavam com as seguintes hipóteses de resposta:

- **Costumo fazer perguntas aos assistentes de sala sempre que tenha dúvidas;**
- **Prefiro anotar o que não sei e pesquisar mais tarde porque tenho vergonha de perguntar;**
- **Leio as descrições das obras e da exposição, porque as considero esclarecedoras;**
- **Não leio as descrições das obras e da exposição, porque não as considero esclarecedoras;**
- **Outro;**

Os resultados apuram que 83,5% lê as descrições das obras e da exposição, porque as considera esclarecedoras, e 17,4% questiona os assistentes de sala sempre que surjam dúvidas.

Por outro lado, é importante salientar a realidade dos 7% que não leem as

descrições das obras por não as compreenderem. Bem como os 5,2% que não questionam os assistentes de sala quando têm dúvidas, por vergonha.

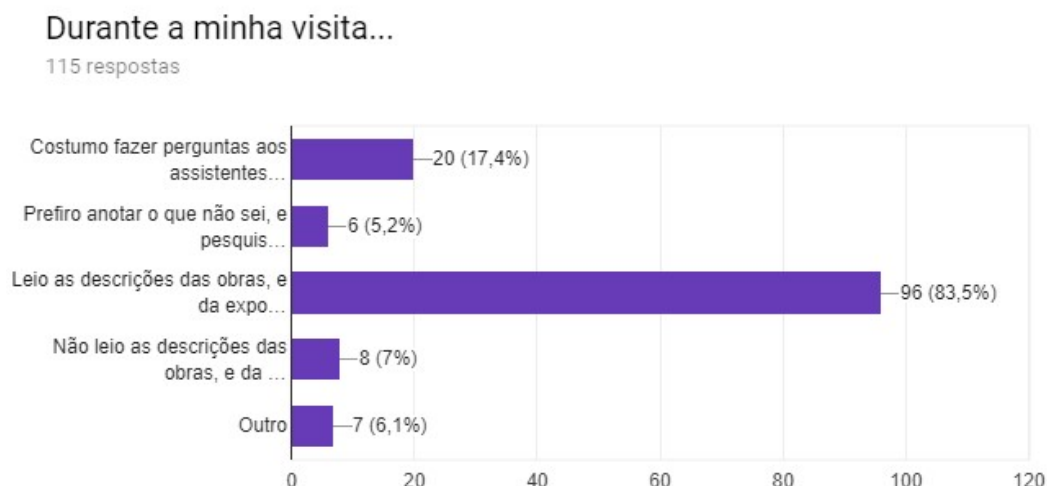


Figura 14 'Durante a minha visita...', correspondente ao comportamento dos inquiridos durante as visitas a museus. 'Relação dos Jovens com os Museus - como atrair os jovens para os museus?' (2018)

Necessidades do Público

Quanto às necessidades detetadas pelos inquiridos em relação à oferta programática dos museus, é possível constatar que 30,4% gostariam de incluir 'mais exposições sobre temáticas atuais (política, tecnologia, LGBTQ+, racismo, igualdade de género, etc.). A percentagem de inquiridos que gostaria de ter "atividades que proporcionassem a interação com artistas (pintores, atores, músicos, escritores, etc.)" é de 28,7%.

Os inquiridos que partilham do mesmo desejo de incluir 'concertos com artistas de vários e diferentes géneros musicais (jazz, hip-hop, r&b, rock, etc.)' na programação do museu, perfazem os 18,3%.

11,3% defendem a inclusão de "workshops com artistas, curadores, e staff do museu", e os restantes 11,3% gostariam de incluir "sessões de cinema e mostras filmográficas de artistas emergentes portugueses".

Gostava que a programação do museu incluísse...

115 respostas

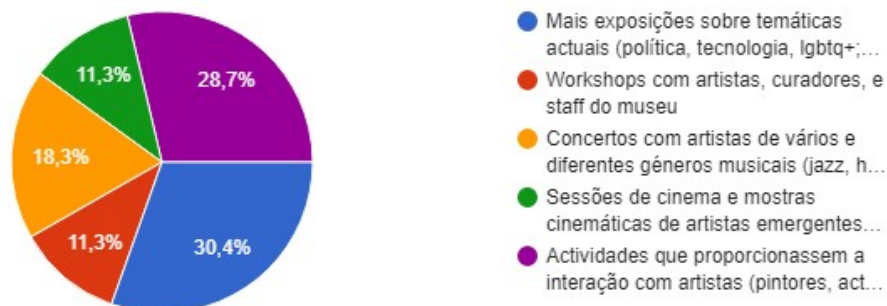


Figura 15 'Gostava que a programação do museu incluísse...', correspondente às expectativas dos inquiridos em relação à oferta programática dos museus. 'Relação dos Jovens com os Museus - Como atrair os jovens para os museus?' (2018)

Relativamente às respostas livres à afirmação 'Visito museus porque...', existe um consenso: a maior parte das respostas relaciona os museus com fontes de aprendizagem e conhecimento ou como um local de experiências.

Apurou-se que, em 115 respostas:

- Termos relacionados com aprendizagem (por exemplo, 'aprender') constam em 15 inquéritos;
- Termos relacionados com conhecimento (conhecer, conhecedor, etc.), constam em 15 inquéritos;
- 20 expressam o termo interesse ou interessante;
- 6 pessoas justificam a ida ao museu pela experiência proporcionada;

No entanto, este inquérito confronta-se com respostas que demonstram uma relação menos positiva aquando a experiência dos inquiridos com o museu:

- 4 inquiridos revelam existir uma certa obrigatoriedade na visita a museus, devido ao contexto escolar em que são feitas;
- 2 pessoas responderam que deixaram de visitar museus;

A análise destes dados foca-se, primeiramente, nas experiências menos positivas

nos museus de arte contemporânea.

Consideramos que esta realidade, apesar de apresentar estatísticas inferiores, não pode ser descurada e deverá ser tida em consideração por parte destas instituições, podendo atuar enquanto catalisador da mudança positiva.

De um modo positivo, destaca-se a preferência dos inquiridos por Museus de Arte Moderna e Contemporânea, logo a seguir aos museus de História. Relativamente à tipologia de museus visitados pela última vez, a maior parte visitou um museu de Arte Moderna e Contemporânea. Logo a seguir à Fundação Calouste Gulbenkian, o Museu Coleção Berardo é o favorito dos inquiridos.

Estas estatísticas demonstram que há interesse do público e potencial para melhorias e ampliação do mesmo, na instituição à qual se dirige a proposta apresentada nesta dissertação.

Por outro lado, denota-se uma carência de conteúdos que despertem a sua atenção e envolvimento, tanto ao nível da programação como da comunicação.

É importante frisar que ainda existe percentagem populacional que não compreende a informação disponível nestes espaços museológicos e que, embora seja em número reduzido, nunca os visitou.

Consideramos, ainda, que a postura dos colaboradores dos Serviços Educativos e funcionários dos museus durante as visitas é crucial para uma boa experiência. Alguns inquiridos evitam o contacto com estes funcionários e sentem vergonha de expor as suas dúvidas. Outros, não compreendem o que o museu tenciona transmitir.

Quanto à programação, o inquérito permite constatar a carência e necessidade de exposições sobre temáticas atuais e atividades que possibilitem uma ligação mais próxima, e íntima, com o mundo artístico e com o museu.

Perante estes dados, concluímos que os museus deverão trabalhar para, e com, este público e comprometer-se a dar resposta às questões aqui identificadas, de modo a tornar o espaço e o seu conteúdo acessível a todos.

É, de igual forma, importante, melhorar os mecanismos de comunicação e a

postura presencial para que a experiência deste segmento de público se verifique positiva.

IX. Desenvolvimentos Futuros: Proposta para apresentação ao Museu Coleção Berardo

A presente dissertação serve de apoio teórico à intenção futura de desenvolvimento de um projeto que possa ser implementado no Museu Coleção Berardo. Este projeto visa contribuir para o aumento dos números afetos à participação e visitas da população jovem nesta instituição.

Segundo o jornal *Público*, “O visitante dos museus é jovem, tem formação e procura-os porque a arte lhe dá prazer” (Canelas, 2016). Esta afirmação baseia-se no Estudo de Públicos dos Museus Nacionais”, realizado pela Direcção-Geral do Património Cultural e pelo Centro de Investigação e Estudos de Sociologia do Instituto Universitário de Lisboa. **O universo do Estudo é constituído pelos visitantes com 15 e mais anos de idade, nacionais e estrangeiros, que entraram no horário normal de funcionamento e cuja visita incluiu, ainda que não exclusivamente, a componente expositiva, permanente e/ou temporária** (DGPC, 2016). Considerando que “a amostra em análise é constituída por 13.853 questionários válidos, dos quais 47% portugueses e 53% estrangeiros.” (DGPC, 2016). O estudo, que envolveu apenas 14 museus tutelados pelo Estado Português - e que, neste caso, não inclui o Museu Coleção Berardo - indica **que o perfil social dos públicos dos museus é relativamente jovem, mais escolarizado e com predominância nas profissões de especialistas das atividades intelectuais e científicas. Destaca-se ainda pela representação dos trabalhadores por conta de outrem e dos estudantes** (DGPC, 2016).

Ao interpretar as estatísticas deste estudo, denota-se que o acesso e participação afetos aos museus por parte de um público jovem menos escolarizado, ou, por outras palavras, a democratização do acesso e participação ao e no museu, não é clara, e não tem expressão significativa, nomeadamente no ensino médio e pós-secundário, e em grupos sem nível de escolaridade completo.

Por outro prisma, esta ausência é identificável contabilizando os - poucos - visitantes correspondentes ao 3º ciclo do ensino básico, ao 12º ano, bem como de cursos profissionais.

De um ponto de vista empírico, corroborado por estudos e artigos previamente citados nesta dissertação, tais como o estudo do *American Centre for the Future of Museums*, que, segundo Cantini (2015), delineou o perfil dos visitantes dos museus do futuro, bem como o estudo de Emma Shrapnel (2012), intitulado *Engaging Young Adults in Museums*, e o estudo de Ribeirinho (2017), que explora estratégias de comunicação que estimulem a participação jovem nos museus, entre outros - a falta de interesse na oferta programática e expositiva é das maiores barreiras à participação cultural jovem.

Assim, é intenção desta proposta atender às necessidades do público jovem, identificadas ao longo desta dissertação. Segundo os inquéritos apurados, estas necessidades refletem-se na falta de oferta programática apelativa, na falta de interesse nas exposições e no cariz obrigatório característico de algumas das visitas.

O modelo proposto foi desenvolvido tendo em conta um período anual dentro do museu, estando sujeita a alterações que contribuam para um melhor desempenho dentro da instituição que o acolhe.

1. Descrição do Projeto

Objetivos

A criação deste projeto visa responder às necessidades detetadas no que diz respeito à participação cultural e presença dos jovens em instituições

culturais/museus.

Considerando os dados estatísticos afetos ao número de jovens envolvidos no, e com, o projeto BLIKOPENERS, este projeto pretende contribuir para o alcance do público jovem e desenvolver relações de proximidade entre este e o museu.

Visa, também, responder às necessidades identificadas nos inquéritos efetuados ao longo desta investigação.

Neste caso, ao ser implementado no Museu Coleção Berardo, pretende encorajar o segmento de público jovem, com idades compreendidas entre os 15 e os 24 anos, a frequentar o museu, a envolver-se na sua programação e a instigar a visita aos seus pares. Visa, também, ser um veículo para a formação enquanto indivíduo, dos participantes e dos visitantes, tanto a nível pessoal como profissional e académico, providenciando as ferramentas necessárias para tal.

Deste modo, são os seus principais objetivos:

- A democratização do acesso e participação no museu;
- Contribuir para o desenvolvimento e exploração de competências, conhecimentos e mais valias para os espetros pessoais, profissionais e académicos;
- Fomentar o pensamento crítico individual;
- Fomentar o interesse cultural, político, social e económico;
- Contribuir para o desenvolvimento e implementação de metodologias e técnicas de trabalho individual e em grupo;
- Criar relações internas e externas ao museu:
- Nas relações internas, desenvolver colaborações com o *staff* do museu, atendendo aos interesses académicos e profissionais dos participantes;
- Nas relações externas:
- Criar oportunidades de *networking* com responsáveis e colaboradores das várias empresas das áreas de atuação que possam ter uma relação com o museu;
- Relacionar o conteúdo do museu e o conteúdo produzido pelo grupo, com a realidade cultural, social, política e económica atual, fomentando a inclusão de

empresas e serviços nas atividades e na oferta programática do grupo.

Composição da Estrutura Humana

O projeto exige uma estrutura humana que consiga responder, de forma organizada, coordenada, criativa e motivada, aos desafios que cada exposição apresenta. Como tal, sugere-se que o grupo, tenha a seguinte configuração:

- Quinze jovens com idades compreendidas entre os 15 e os 22 anos de idade, pelo facto que nesta faixa etária se considerar que estão à procura do primeiro emprego;
- Um coordenador(a);

Outros aspetos:

- Estes jovens farão parte do grupo durante 1 ano letivo, tendo a oportunidade de continuar no projeto, caso manifestem interesse, sob um regime presencial ocasional, quando se considerar necessário;
- Os jovens serão remunerados pelo museu, com um valor a acordar entre ambos;
- O horário de trabalho deste grupo será também acordado entre o museu. Tanto a coordenação do projeto, como o próprio grupo, deverão desempenhar as suas funções no museu com a periodicidade de três dias semanais, a definir posteriormente.

Young Berardo

De modo a permitir a participação de membros exteriores, o projeto deverá garantir a programação de duas atividades semanais que possibilitem o envolvimento e participação de outros jovens. A frequência destas atividades pretende manter uma continuidade na relação com este programa do museu, sem ocupar a maioria dos dias úteis que os participantes tenham disponíveis.

Para os membros exteriores que queiram associar-se à iniciativa, será criado um cartão - o '*Young Berardo Card*' - que, ao ser apresentado nos eventos do museu, garante a entrada gratuita.

Deste modo, é criada uma comunidade de jovens que contribuem para a divulgação

e sucesso do projeto. Esta contribuição é feita através da requisição e assistência destes *Young Berardo's* sempre que se considere necessário, e da partilha da rede de contactos dos mesmos com o grupo.

O surgimento e aumento de *Young Berardo's* permite ainda a divulgação do projeto perante os seus pares.

Estes membros, para que possam participar semanalmente e usufruir das vantagens deste estatuto, deverão, obrigatoriamente, liquidar um valor correspondente à cota de participação anual, a acordar aquando da implementação do projeto no museu.

Crítérios de Seleção do Grupo permanente do projeto

Para que o grupo seja heterogéneo, a seleção dos seus participantes apresenta os seguintes critérios de seleção:

- Rácio equilibrado entre géneros;
- Jovens residentes em diferentes regiões do distrito de Lisboa;
- Jovens com diferentes níveis de instrução;
- No caso de estudantes, jovens com diferentes percursos escolares;

Pedagogia e Formação

A pedagogia adotada neste projeto é um fator crucial para o seu sucesso.

Recorrendo ao conceito de *peer education*, à semelhança do que acontece no projeto holandês, é intenção deste projeto criar uma relação de proximidade, confiança e partilha entre o grupo constituído e os que com ele interagem.

A aprendizagem é informal, rejeitando as verdades absolutas e as perguntas erradas, valores que assentam nas teorias pós-modernistas e construtivistas.

A informação constrói-se gradualmente, e através da partilha de conhecimento, experiências e ideologias, sendo essa mesma informação posteriormente interpretada, analisada e transformada em conceitos, atividades e novas perguntas.

A dúvida - e o que a motiva - é alvo de descoberta contínua, recorrendo a

recursos tradicionais e inovadores.

Os membros do projeto usufruem de uma formação contínua dentro do museu.

Intervenção no Museu / Oferta Programática

O programa do projeto deverá ser planeado em conformidade com as exposições e intervenções do museu, no entanto, conforme constatado na investigação, esta oferta terá de ir ao encontro dos gostos e motivações do público.

Deverá haver uma oferta programática contínua e constante, na qual serão inseridas as visitas guiadas e assistência ao visitante, por parte dos membros do projeto. As visitas dizem respeito às exposições permanentes e temporárias da instituição. É de igual importância haver uma divulgação contínua e constante da oferta disponível.

Workshops

- Terão de estar relacionados - direta ou indiretamente - com as exposições do museu;
- Deverão ter em consideração a colaboração com artistas, curadores e membros do *staff* do museu na realização destes *workshops*;

ART SESSIONS

As *Art Sessions* serão um evento mensal, da inteira responsabilidade do grupo, com prévia aprovação da administração, direção e Serviço Educativo do museu.

Este evento decorre na última sexta-feira de cada mês, entre as 20h00 e as 02h00. O ingresso inclui uma bebida ou *snack* gratuitos. Para tal, deverá ser criada uma parceria com um restaurante/bar/serviço de *catering* da área.

Poderão ser criadas parcerias com as entidades de transporte da área metropolitana de Lisboa, de modo a auxiliar os visitantes na deslocação ao museu. Estas parcerias têm como intuito proporcionar transporte gratuito - a partir de vários pontos da cidade a definir - a quem apresente o ingresso para o evento.

Esta noite deverá acolher, entre outros, concertos e *performances*, mostras filmográficas de realizadores portugueses emergentes, mostra de filmes de culto, feiras de *zines*, desfiles de moda e divulgação de designers emergentes, incluindo também *workshops* de natureza artística no museu. Estarão também disponíveis as visitas guiadas e as visitas-áudio. Cabe aos membros do grupo, juntamente com o(a) coordenador(a), planear e executar todo o evento, desde a logística, aos recursos e programação necessários para a sua realização.

Visitas guiadas

O grupo é capaz de dinamizar visitas guiadas dentro do museu. Estas visitas são informais, gratuitas e podem ter a duração de 30 min. Estão disponíveis também visitas-áudio, previamente desenvolvidas pelo grupo. Cinco das visitas-áudio serão criadas em parceria com *influencers* (figuras públicas), em que cada um é convidado a escolher 10 obras do museu que mais gosta, apresentando-as, de uma forma informal, à semelhança do que acontece na programação do Museu Nacional de Arte Antiga. Estas visitas-áudio estarão disponíveis na plataforma *Soundcloud*, através de uma conta criada e dinamizada pelo grupo.

Os *influencers* escolhidos atuam nas várias áreas da sociedade - por exemplo: arte, economia, história, ciências, saúde, desporto, etc. - de modo a correlacionar a arte com estas temáticas. Esta relação poderá contribuir para um maior alcance e interesse de públicos que, por norma, não visitariam o museu.

Concertos

O grupo terá a oportunidade de escolher e trazer ao museu os *performers* que considera mais adequados. Aquando da seleção, deverão ter em atenção o contexto afeto ao evento no qual irão atuar. Os concertos poderão acontecer num período específico, por exemplo, no verão, como acontece no caso do Museu Nacional de Arte Antiga.

Produção de conteúdos

A produção de conteúdos é um trabalho conjunto entre os membros do projeto, a sua coordenação e o serviço educativo.

De modo a manter uma participação ativa no panorama digital, o projeto contará com contas de *Instagram*, *Twitter*, *Facebook*, *SoundCloud* e um canal no *YouTube*. Estas plataformas têm como objetivo partilhar conteúdos de teor artístico, afetos ao museu e aos acontecimentos no mundo da arte, bem como divulgar os eventos do projeto. Na plataforma *YouTube*, o grupo irá realizar um programa mensal que visa discutir e estudar aspetos dos vários movimentos artísticos.

Em parceria com comediantes portugueses, analisam-se características de obras de arte, detalhes e curiosidades acerca dos artistas. Desta forma contextualizam-se, também, os movimentos artísticos, de uma forma informal e descontraída, recorrendo à comédia.

Esta abordagem pretende desmistificar os conceitos associados ao estudo artístico, criando ligações entre o espectador e a temática, proporcionando uma experiência e aprendizagem agradáveis. Este aspeto da proposta é inspirado nos vídeos de Hannah Gadsby, através dos quais a comedianta apresenta e contextualiza quadros do renascimento, explorando, ao mesmo tempo, a temática do feminismo e representação feminina na época.

Compromisso Museu - Projeto

Para o sucesso de um projeto desta dimensão, é necessário, primeiramente, um interesse, dedicação e o compromisso por parte do museu perante o mesmo.

A experiência da fundadora dos BLIKOPENERS permite-a alertar para a importância do compromisso do museu, para o sucesso de iniciativas deste carácter. Por essa razão:

- O museu deverá assumir o projeto enquanto parte constituinte e crucial da instituição, assistindo-o nos momentos de pressão e dificuldade durante a realização dos seus objetivos;
- O museu terá de demonstrar flexibilidade na tomada de decisões afetas à

programação do projeto;

- Os membros do projeto assumem o compromisso de desempenhar com sucesso as funções e cumprir os objetivos a que se propõem;
- Os membros do projeto, em colaboração com a administração, direção e *staff* do museu, através de parcerias e *network*, deverão garantir os recursos necessários à execução da programação e objetivos do projeto;
- O museu deverá garantir a formação dos participantes do projeto;
- Os participantes do projeto deverão contribuir com o seu parecer, visando a melhoria de espaços, serviços ou outras questões afetas ao museu;
- Os membros constituintes do Serviço Educativo deverão partilhar com os membros do projeto os seus conhecimentos relativamente às coleções, ao funcionamento do museu e a outros aspetos que considerem relevantes para o projeto e para a sua formação pessoal, académica e profissional;
- Os membros constituintes do projeto deverão partilhar com o *staff* do museu os seus conhecimentos e opiniões relativamente às coleções, ao funcionamento do museu, e a outros aspetos que considerem relevantes para o desempenho positivo do museu e para a sua formação pessoal, académica e profissional;
- O museu deverá garantir aos jovens que participam na programação do projeto - e aos membros do projeto - a possibilidade de *networking* com curadores, artistas, e convidados palestrantes;

Parcerias e Patrocínios

As parcerias e patrocínios contribuem para a sustentabilidade deste projeto. Desta forma, o projeto deverá pôr em prática estas colaborações, garantindo os recursos necessários à execução da programação que oferece e na divulgação. Alguns exemplos de parcerias e patrocínios, são:

Parcerias anuais, e contínuas

- Transportes (por exemplo, através da criação de tarifas exclusivas para membros

do projeto e de tarifas e *transfers* exclusivos para eventos afetos ao projeto);

- Empresas de logística (por exemplo, para transporte de elementos da produção de eventos);
- Centros de formação (por exemplo, que patrocinem a formação dos membros do grupo, e dos participantes nas atividades);
- Empresas de divulgação (para produção de suportes publicitários afetos aos eventos/programação do projeto, para divulgação da programação e eventos nas plataformas de radio, *internet* e televisão);
- Outras marcas (para parcerias no contexto de ativação de marcas, caso tenham interesse associar-se ao projeto);
- Profissionais e *Influencers* - figuras públicas - (para divulgação da programação e eventos do projeto e para a produção de conteúdo digital);

Parcerias Temporárias

- Restauração e *Street-Food* (esta parceria poderá atrair clientes das empresas de restauração em proximidade com o museu, através do *catering* dos eventos do projeto, e da atribuição de preços mais baixos para os participantes e visitantes do evento);

Divulgação

A estratégia de divulgação do projeto terá como principal meio as redes sociais. A utilização do *Facebook*, *Instagram*, *YouTube*, *Soundcloud* e *Twitter*, e a colaboração de *Influencers* digitais, e personalidades relevantes para o panorama artístico e os meios de comunicação social são cruciais e também deverão ser constantes.

Avaliação do Desempenho do Projeto

A avaliação do desempenho, do impacto e do sucesso do projeto será feita da seguinte forma:

- Contabilização de ingressos vendidos para as atividades desenvolvidas pelo

grupo de jovens e contabilização das visitas guiadas efetuadas no final de cada ano letivo;

- Entrega de questionários aos membros do grupo e aos participantes das atividades acerca da experiência dentro do museu, no final de cada ano letivo. Recolha de sugestões de aspetos a melhorar no ano seguinte;
- Realização de reuniões mensais - no último dia útil de cada mês - entre os membros do grupo, a coordenação, a direção do museu e o serviço educativo. Estas reuniões visam a aferição do cumprimento (ou incumprimento) dos objetivos do grupo e a partilha de sugestões de melhoria entre os intervenientes

Outros apontamentos acerca do projeto

As especificidades afetas à remuneração dos elementos, às atividades desenvolvidas e a outras questões do projeto, apenas poderão ser desenvolvidas, definidas e acordadas consoante a programação de exposições do museu, e aprovadas pela administração e pela direção do museu.

Este projeto visa a inclusão, democratização e facilitação do acesso ao museu e à sua oferta programática, pelo que todas as decisões tomadas deverão ter sempre este fator em consideração. As diretrizes apresentadas neste capítulo podem, também, ser eliminadas ou alteradas conforme a adaptação do projeto aos participantes.

Conclusões

A presente dissertação assume como objetivo a identificação das barreiras à participação e envolvimento do público jovem nos museus de arte, e das suas respetivas expectativas perante estas instituições, culminando na apresentação de uma proposta de projeto que pretende responder às necessidades identificadas.

De modo a identificar as barreiras existentes, e a justificar a pertinência do tema, foram recolhidos dados de artigos recentes - de carácter jornalístico, académico e empírico - no caso das entrevistas e questionários a colaboradores de Museus, designadamente a coordenadora do Serviço Educativo do Museu Coleção Berardo e a coordenadora do Projeto BLIKOPENERS no *Stedelijk Museum*.

Primeiramente, foi feita uma comparação das realidades demográficas da região de Lisboa e de Amesterdão, e, também, uma comparação das realidades económicas afetas à Cultura, tendo como termo de comparação a percentagem destinada à cultura, atribuída por cada estado (Portugal e Holanda). Verificou-se, que apesar da situação demográfica ser semelhante em ambas as regiões, em Portugal, a Cultura e as Artes contam com um apoio financeiro significativamente menor por parte do Estado.

De seguida, procede-se à comparação de dois museus de arte moderna e contemporânea.

No que diz respeito ao museu holandês, tendo em conta o Relatório Anual do *Stedelijk* 2016 e a entrevista à coordenadora do projeto Blikopeners, o museu apresenta um bem-estar financeiro que permite ao museu e aos Blikopeners desenvolver projetos e pesquisas. Esta informação é corroborada pelo Relatório Anual do *Stedelijk* 2016, que salienta a dedicação do museu na investigação de novas práticas museológicas, e recurso a meios tecnológicos atuais. O *Stedelijk Museum* encara, ainda, a sua Coleção como sendo “do povo holandês” (*Stedelijk Museum*, 2016), trabalhando para e em conjunto com o mesmo através das suas

iniciativas que envolvem a população jovem de Amesterdão, e, visam dar resposta às suas dúvidas e exigências. Um exemplo deste envolvimento, é o projeto BLIKOPENERS, que abrange jovens entre os 15 e os 19 anos e desenvolve parcerias com empresas, escolas, universidades e cria oportunidades de desenvolvimento pessoal e profissional.

O *Stedelijk Museum*, dados os recursos humanos e financeiros que tem à sua disposição, tem a capacidade de dar resposta aos assuntos mediáticos emergentes, desenvolver projetos e trabalho de investigação de modo a implementar e melhorar as práticas museológicas recorrentes, bem como adquirir meios tecnológicos que assistam na implementação dos seus projetos.

Foi, também, feito um inquérito a membros da comunidade académica e trabalhadora. Estas entrevistas e inquéritos sustentam a pertinência da problemática identificada, e apresentam alguns fatores que a influenciam e constituem. Este inquérito feito ao público jovem português corrobora a necessidade de inovar a abordagem dos museus portugueses à oferta programática disponível para o público jovem. Este inquérito indica que este público gostaria de incluir na programação dos museus uma presença vincada, com mais exposições sobre temáticas atuais, atividades que proporcionem a interação com artistas, concertos e sessões de cinema.

Após a pesquisa e inquéritos realizados, podemos concluir que, apesar da população jovem (dos 15 aos 25 anos), visitar museus de Arte Moderna e Contemporânea, a maioria fá-lo por obrigatoriedade em contexto escolar e não se sente motivada a visitar museus de Arte moderna e Contemporânea.

A pesquisa permite apurar que a maior oferta programática desenvolvida e disponibilizada nestas instituições têm como público alvo as escolas, as crianças ou às famílias. No caso do Museu Coleção Berardo relativamente à programação, o Museu Coleção Berardo atribui maior foco às famílias, à comunidade académica e ao público estrangeiro na sua instituição, o que acaba por refletir-se nos projetos continuados, atividades e programação que oferece. Um dos motivos que

influenciam a situação atual e desempenho do Museu Coleção Berardo relativamente à oferta programática e expositiva, é a carência financeira que tem vindo a sofrer, após falhas no cumprimento dos apoios monetários acordados entre o estado Português e o comendador do Museu. (Fundação de Arte Moderna e Contemporânea - Coleção Berardo, 2016).

No entanto, apesar da oferta programática estar direcionada para o contexto escolar, foi comprovado pela nossa experiência (através de diálogos e partilha de experiências com jovens) que a oferta não é apelativa e não incita os jovens a considerarem visitas futuras.

É também possível constatar a eficácia dos projetos de museus dedicados aos jovens, através dos contributos pessoais dos seus participantes, e, no caso dos BLIKOPENERS, através dos números de visitantes e participantes nas atividades dinamizadas.

Observa-se o crescimento da afinidade destes jovens com os museus, e o desenvolvimento de uma relação saudável entre a instituição e o grupo.

Estes projetos possibilitam a introdução positiva da arte e património cultural a minorias e públicos que, por norma, não teriam acesso aos mesmos.

Desta comparação, conclui-se, que o Museu Berardo e o *Stedelijk Museum* têm abordagens, ofertas, e situações financeiras que diferem entre si e causam interferências nas prioridades e desempenho de cada um destes museus.

Um simpósio do projeto BLIKOPENERS do *Stedelijk Museum* em 2010, com o tema “*Conectar os Jovens e as Instituições Culturais*”, conclui que, uma forma de garantir que as vozes dos jovens são ouvidas nas instituições culturais, é através da criação de “experiências positivas entre os colaboradores do museu e os jovens” uma vez que “contribuem para relações de sucesso” (Stedelijk Museum, 2010).

O desenvolvimento da consciência crítica aliado à prática/desenvolvimento de habilidades pessoais e profissionais demonstram ser mais valias para os jovens participantes. Reflete, também, sobre a importância da introdução destas instituições aos jovens de uma forma “calma e natural” e defendem a partilha de

informação entre museus e organizações que procurem compreender e dar resposta a este público jovem (Stedelijk Museum, 2010).

Em Portugal, há já Museus que apostam em projetos pioneiros, visando o envolvimento da comunidade jovem nas suas instituições, incitando a sua participação, ao mesmo tempo que demonstram uma postura aberta e recetiva ao seu contributo. Como exemplo, temos o Museu Nacional de Arte Antiga, em Lisboa, que tem, até à data, vindo a desenvolver o projeto GAMNAAjovem.

Na programação, disponibiliza visitas guiadas com convidados especiais, concertos no Museu, entre outras atividades.

O facto destas instituições começarem a implementar estas iniciativas, pode ser um indicador de um ‘nicho’ de mercado que as procura.

A pesquisa da presente dissertação permite, ainda, colocar questões que poderão ter interesse para um futuro trabalho.

Primeiramente, questiona-se a disponibilidade e a preparação destas instituições para receber projetos deste cariz, que permitam o contributo e intervenção jovem no seu espaço, programação, bem como na sua oferta expositiva e funções/propósito para com a comunidade. Será que os museus estão abertos a sugestões e contributos por parte dos jovens?

A segunda questão, propõe um estudo aprofundado, por parte dos Museus, (talvez, através da criação de núcleos ou departamentos de investigação) do seu público e da sua comunidade. Perceber os interesses, percursos e perfis dos visitantes e da comunidade envolvente poderia contribuir para uma melhor análise das suas necessidades culturais, estimulantes e pessoais.

Desta forma, o Museu estaria melhor preparado para responder às preocupações, aos gostos e ambições do seu público, em relação às suas expectativas perante a instituição.

Bibliografia

Adler, E. (1999). *O construtivismo no estudo das relações internacionais*. Obtido em Junho de 2018, de Scielo: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-64451999000200011

Agência Lusa & Diário de Notícias. (2016). *Mais dinheiro para a cultura*. Obtido em Maio de 2018, de Diário de Notícias: <https://www.dn.pt/artes/interior/mais-dinheiro-para-a-cultura-5443884.html>

Agência Lusa. (2017). *Museus aumentam número de visitantes em 2016 com ajuda dos estrangeiros*. Obtido em Maio de 2018, de Diário de Notícias: <https://www.dn.pt/artes/interior/museus-aumentam-numero-de-visitantes-em-2016-com-ajuda-dos-estrangeiros---ine-8979301.html>

Agência Lusa. (2017). *Museus e monumentos com mais visitantes em 2016*. Obtido em Maio de 2018, de ECO: <https://eco.pt/2017/01/06/museus-e-monumentos-com-mais-visitantes-em-2016/>

Agência Lusa. (2018). *Museu Berardo recebeu 775.517 visitantes em 2017, menos 23 % que no ano anterior*. Obtido em Maio de 2018, de Diário de Notícias: <https://www.dn.pt/lusa/interior/museu-berardo-recebeu-775517-visitantes-em-2017-menos-23--que-no-ano-anterior-9024617.html>

Amsterdam University of Applied Sciences. (2015). *About Amsterdam*. Obtido em Junho de 2018, de Hec2016: <http://www.hec2016.org/about-amsterdam/>

Association, D.-g. &. (2011). *Media*. Obtido em Agosto de 2018, de Museum Vereniging: https://www.museumvereniging.nl/media/nmv_more_than_worth_it.pdf

Australian Museum. (2012). *Attempts of Museums Around the World to Capture the Young Adult Audience*. Obtido em Agosto de 2018, de Australian Museum:

- <https://australianmuseum.net.au/blogpost/museullaneous/attempts-of-museums-around-the-world-to-capture-the-young-adult-audience>
- Azenha, A. S. (2015). *Berardo custa 41 milhões*. Obtido em Maio de 2018, de CM Jornal: http://www.cmjornal.pt/cultura/detalhe/berardo_custa_41_milhoes
- Barreiro, D. L., Sogabe, M. T., Penteado, J. A., Langoni, H., Silveira, R. M., & Moreira, d. S. (2001). *Mecanismo Básico do Aprendizado*. Obtido em Agosto de 2018, de Issu: <https://issuu.com/lobobranco/docs/textosapoioem-teoriacomportamentalista>
- Becker, F. (2014). (L. Rama, Produtor) Obtido em Agosto de 2018, de <https://slideplayer.com.br/slide/385047/>
- Berardo Collection. (2019). *O homem por detrás da coleção*. Obtido em Fevereiro de 2019, de Berardo Collection: <https://www.berardocollection.com/?sid=31&lang=pt>
- Birkett, D. (2016). *Takeover Day – Why Giving Young People A Role In A Museum Matters*. Obtido em Agosto de 2018, de Museum Next: <https://www.museumnext.com/insight/giving-young-people-a-role-in-a-museum/>
- Blakemore, E. (2016). *Museum Programs Affect Teens for a Lifetime*. Obtido em Agosto de 2018, de Smithsonian Mag: <https://www.smithsonianmag.com/smart-news/museum-programs-affect-teens-for-a-lifetime-180958638/>
- Câmara Municipal de Lisboa. (2016). *Economia - Lisboa em números 2016*. Obtido em 2018, de Issuu: https://issuu.com/camara_municipal_lisboa/docs/economia_lisboa_numeros_2016_pt_iss
- Câmara Municipal de Lisboa. (2016). *Economia de Lisboa em Números*. Obtido em 2018, de CM Lisboa: <http://www.cm-lisboa.pt/investir/investimento/lisboa-em-numeros/economia-de-lisboa-em-numeros>

- Canelas, L. (2016). *O visitante dos museus é jovem, tem formação e procura-os porque a arte lhe dá prazer*. Obtido em Agosto de 2018, de Jornal Público: <https://www.publico.pt/2016/05/16/culturaipsilon/noticia/o-visitante-dos-museus-e-jovem-tem-formacao-e-procuraos-para-saber-mais-ou-porque-a-arte-lhe-da-prazer-1732171>
- Cantini, E. (2015). *Engaging Young Adults with Modern and Contemporary Art Museums: an Educational Perspective*. Leiden: Leiden University.
- Carvalho, C. (2013). *Portugal na cauda da Europa no que diz respeito à participação cultural*. Obtido em Agosto de 2018, de Jornal Público: <https://www.publico.pt/2013/11/04/culturaipsilon/noticia/portugal-na-cauda-da-europa-no-que-diz-respeito-a-participacao-cultural-1611336>
- CM Jornal. (2013). *Fundo de Fomento atribuiu cerca de 7,9 milhões à cultura*. Obtido em Julho de 2018, de Correio da Manhã: <http://www.cmjornal.pt/cultura/detalhe/fundo-de-fomento-atribuiu-cerca-de-79-milhoes-a-cultura>
- Coates, C. (2017). *From Young Curator to Wallace Youth @WallaceMuseum*. Obtido em Julho de 2018, de Mar Dixon: <http://www.mardixon.com/teensinmuseums/category/teens-in-museums/>
- Coffee, K. (2008). *Cultural inclusion, exclusion and the formative roles of museums, Museum Management and Curatorship*. Obtido em Junho de 2018, de Research Gate: <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/09647770802234078>
- Cohen, E. (2013). *More Chaos, Please: Dutch Teen Programs at the Stedelijk Museum Amsterdam and Showroom MAMA*. (M. -M. Art, Editor) Obtido em Julho de 2018, de MoMA: https://www.moma.org/explore/inside_out/2013/09/09/more-chaos-please-dutch-teen-programs-at-the-stedelijk-museum-amsterdam-and-showroom-mama/

- Create Voice. (s.d.). *What We Do*. (V&A Museum) Obtido em Junho de 2018, de Create Voice: <http://createvoice.blogspot.com/p/what-we-do.html>
- Creative Dundee. (s.d.). *V&A At Dundee – Making It Happen*. Obtido em Junho de 2018, de Creative Dundee: <https://creativedundee.com/2010/08/my-entry/>
- DGPC. (2016). *Resultados Globais*. Obtido em Julho de 2018, de Direcção Geral do Património Cultural: <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/static/data/docs/2016/05/20/ResultadosGlobaisEPMN.pdf>
- Digitale Kunstkrant. (2012). *Stedelijk heropent op 23 september*. Obtido em Agosto de 2018, de Digitale Kunstkrant: <https://www.digitalekunstkrant.nl/stedelijk-opent-op-23-september/>
- Dixon, M. (2011). *Why have museums forgotten the teens?* Obtido em Agosto de 2018, de The Guardian: <https://www.theguardian.com/culture-professionals-network/culture-professionals-blog/2011/dec/19/museums-teenagers-engagement>
- European Comission; TNS Opinion & Social European Commission. (2013). *Cultural Access and Participation*. Directorate-General for Education and Culture.
- Feio, H. (2014). *Relação entre escola e museus. Olhar crítico sobre o concurso "A minha escola adopta um museu..."*. Dissertação de Mestrado. Lisboa: Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa.
- Fróis, J. P. (2008). Obtido em 2018, de Museus de Arte e a Educação: Discursos e Práticas Contemporâneas: https://www.researchgate.net/publication/282977940_Museus_de_Arte_e_a_Educacao_Discursos_e_Praticas_Contemporaneas
- Fundação Arpad-Szenes Vieira da Silva. (s.d.). *FAZ 15-25 - Colectivo de Jovens do Museu*. Obtido em 2018, de IZI.Travel: <https://izi.travel/de/679e-faz-15-25-colectivo-de-jovens-do-museu/pt>
- Fundação Arpaz-Szenes Vieira da Silva. (2010). *FAZ Futuro I Colectivo de Jovens do Museu*. Obtido em 2018, de Fazvs: <http://fasvs.pt/educacao/criancas>

- Fundação de Arte Moderna e Contemporânea - Coleção Berardo. (2016). *Relatórios*. Obtido em 2018, de Museu Berardo: http://pt.museuberardo.pt/sites/default/files/documents/famc_cb_relatorio_contas_2016.pdf
- Fundação de Arte Moderna e Contemporânea - Coleção Berardo. (s.d.). *Relatórios*. Obtido em 2018, de Museu Berardo: http://pt.museuberardo.pt/sites/default/files/documents/famc_cb_relatorio_contas_2017.pdf
- Gail Jones, M., & Brader-Araje, L. (2002). *The Impact of Constructivism on Education: Language, Discourse, and Meaning*. Obtido em 2018, de American Communication Journal: <https://acjournal.org/journal/vol5/iss3/special/jones.pdf>
- Goulet, A. (27 de Fevereiro de 2017). *Museum teens programs build future citizens*. Obtido em 2018, de We Are Museums: <http://www.wearemuseums.com/museum-teens-programs-build-future-citizens/>
- Hooper-Greenhill, E. (1999). *The Educational Role of the Museum*. Nova Iorque: Routledge.
- Hooper-Greenhill, E. (2007). *Museums and Education: Purpose, Pedagogy, Performance*. Routledge.
- ICOM. (2007). *Definition of a Museum*. Obtido em Junho de 2018, de ICOM: <http://archives.icom.museum/definition.html>
- Instituto Nacional de Estatística. (2018). *Número de Visitantes de Museus em Portugal em 2016*. Obtido em 2018 de 2018, de INE: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&contexto=pi&indOcorrCod=0007519&selTab=tab0
- Jovens do Grupo de Amigos do Museu Nacional de Arte Antiga. (2018). *Jovens do GAMNAA*. Obtido em 2018, de Jovens do GAMNAA.

- Kelly, L., & Bartlett, A. (21 de Setembro de 2009). *Young People and Museums*. Obtido em 2018, de Australian Museum: <https://australianmuseum.net.au/young-people-and-museums>
- Kids in Museums. (s.d.). Obtido em 2018, de <https://kidsinmuseums.org.uk/>
- Koke, J., & Dierking, L. (2007). *Museum and Libraries Engaging Americas Youth: Final Report of a Study of IMLS Youth Programs, 1998 – 2003*. Obtido em 2018, de <https://www.imls.gov/publications/museums-and-libraries-engaging-america%E2%80%99s-youth-final-report-study-imls-youth-programs>
- Lapa, P. (2018). *Pedro Lapa: “Obviamente, houve censura” na exposição de Mapplethorpe*. Obtido em Setembro de 2018, de Observador: <https://observador.pt/2018/09/24/pedro-lapa-obviamente-houve-censura-na-exposicao-de-mapplethorpe/>
- Leal, A. (2014). *A Relação Intersubjetiva*. Obtido em 2018, de <https://alanelealteste.wordpress.com/2014/08/22/a-relacao-intersubjetiva/>
- Ledo, W. (12 de Maio de 2017). *Lisboa: O círculo alternativo das galerias de arte*. Obtido em 2018, de Jornal de Negócios: <https://www.jornaldenegocios.pt/weekend/detalhe/lisboa-o-circulo-alternativo-das-galerias-de-arte>
- Leinhardt, G., Tittle, C., & Knutson, K. (2002). “Talking to oneself: Diaries of museum visits”. Em *Talking to Oneself: Diaries of Museum Visits. Learning Conversations in Museums* (pp. 103-134). Lawrence Erlbaum Associates.
- Linzer, D., & Ellen Munley, M. (2015). *Room To Rise - The Lasting Impact of Intensive Teen Programs in Art Museums*. (E. Hirzy, Ed.) Obtido em 2018, de Whitney: https://whitney.org/uploads/generic_file/file/148/room-to-rise.pdf
- Liu, C. H., & Matthews, R. (2005). *Vygotsky’s philosophy: Constructivism and its criticisms examined*. Australia: International Education Journal. Shannon Research Press.

- Low, T. (2004). What's a Museum. Em G. Anderson, *Reiventing the Museum* (pp. 30-43).
- Maker Space. (2015). *Constructionism & Constructivism*. Obtido em 2018, de Maker Space: <http://www.makerspaceforeducation.com/constructionism--constructivism.html>
- Matthews, M. R. (1997). Em M. R. Matthews, *Constructivism in Science Education. A Philosophical Examination*. (pp. 8-11). School of Education Studies, University of New South Wales.
- Ministério da Cultura. (2006). *Diário da República n.º 153/2006, Série I de 2006-08-09*.
- Ministério das Finanças. (2016). *Orçamento do Estado para 2016*. Governo de Portugal, Ministério das Finanças.
- Ministério das Finanças. (2016). *Orçamento do Estado para 2016 - Relatório*. Obtido em 2018, de Scribd: <https://pt.scribd.com/document/330266035/05-02-2016-17-33-56-relatorio-orcamento-estado-pdf>
- Ministry of Education, Culture and Science. (2016). *Documents*. Obtido em 2018, de Government NL: <https://www.government.nl/ministries/ministry-of-education-culture-and-science/documents>
- Ministry of Education, Culture and Science. (2016). *Culture at a Glance*. Obtido em 2018, de Laws Doc Box: <http://lawsdocbox.com/Immigration/84892074-Contents-section-1-introduction-7.html>
- MoMA - Museum of Modern Art. (s.d.). *Events & Programs*. Obtido em 2018, de MoMA: https://www.moma.org/explore/inside_out/category/events-programs/
- Morrone, A., & De Mauro, T. (2008). *Livelli di partecipazione alla vita della cultura in Italia*. Roma: Fondazione Mondo Digitale.
- Museu Coleção Berardo. (2018). *Educação*. Obtido em 2018, de <http://pt.museuberardo.pt/educacao/atividades>

- Network of European Museum Organisations. (2015). *NEMO Working Group LEM - Learning in Museums and Young People*. (I. Del Gaudio, Produtor) Obtido em 2018, de NEMO: <https://www.ne-mo.org/about-us/working-groups/working-group-lem-the-learning-museum.html>
- Network of European Museum Organisations. (Janeiro de 2016). *Initiatives of museums in Europe in connection to migrants and refugees*. Obtido em 2018, de NEMO: https://www.ne-mo.org/fileadmin/Dateien/public/Documents_for_News/NEMO_collection_Initiatives_of_museums_to_integrate_migrants.pdf
- NOVA FSCH. (19 de Maio de 2017). *Museus – há lugar para jovens?* Obtido em 2018, de Mais Lisboa FSCH: <http://maislisboa.fcsh.unl.pt/museus-ha-lugar-jovens/>
- Oliveira, M. G. (2009). Educação nos Museus de Arte Moderna e Contemporânea Portugueses: Um lugar no Feminino? *Actas do Seminário de Investigação em Museologia dos Países de Língua Portuguesa e Espanhola*, (pp. 193-206).
- Ornelas, M. S. (2016). *O papel da autoria dos jovens na relação entre o museu de arte contemporânea e a escola*. Tese Doutoral, Universitat de Barcelona, Barcelona.
- Público, J. (2016). *RTP vai ter mais de metade do orçamento do Ministério da Cultura*. Obtido em Junho de 2018, de Público: <https://www.publico.pt/2016/02/05/culturaipsilon/noticia/rtp-vai-ter-mais-de-metade-do-orcamento-do-ministerio-da-cultura-1722542>
- Raposo, L. (31 de Janeiro de 2017). *Estatísticas, Museus e Sociedade em Portugal - Parte 2: O curto prazo*. Obtido em 2018, de Arte Capital: <https://www.artecapital.net/opinio-169-luis-raposo-estatisticas-museus-e-sociedade-em-portugal-parte-2-o-curto-prazo>

- Ribeirinho, I. R. (2015). *Um lugar para se estar. Estratégias de comunicação que estimulem a participação de jovens na vida dos museus*. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas (FCSH).
- Rijksoverheid. (15 de Setembro de 2015). *Miljoenennota 2016*. Obtido em Agosto de 2018, de Rijksoverheid: <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/begrotingen/2015/09/15/miljoenennota-2016>
- Rijksoverheid. (2016). *Documenten*. Obtido em Agosto de 2018, de Rijksoverheid: <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/begrotingen/2016/09/20/miljoenennota-2017>
- Rijksoverheid. (9 de Setembro de 2017). *Miljoenennota 2017*. Obtido em Agosto de 2018, de <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/begrotingen/2016/09/20/miljoenennota-2017>
- Santos, L. (6 de Janeiro de 2017). *4,6 milhões de visitas a monumentos, palácios e museus em 2016*. Obtido em 2018, de Diário de Notícias: <https://www.dn.pt/artes/interior/46-milhoes-de-visitas-a-monumentos-palacios-e-museus-em-2016-5590139.html>
- Showroom Mama. (s.d.). *Education*. Obtido em 2018, de Showroom Mama: <https://www.showroommama.nl/en/info/education/>
- Shrapnel, E. (2012). *Engaging Young Adults in Museums - An Audience Research Study*. Obtido em 2018, de Australian Museum: <https://australianmuseum.net.au/uploads/documents/26111/final%20project.pdf>
- Siegal, N. (2007). *Museum Leader Who Resigned Calls Controversy a 'Misunderstanding'*. Obtido em Julho de 2018, de The New York Times: <https://www.nytimes.com/2017/11/07/arts/amsterdam-beatrix-ruf-stedelijk.html>

- Staatliche Museen zu Berlin. (2018). *Start of the Education and Outreach Project HERE WE ARE! on the Museumsinsel Berlin*. Obtido em Setembro de 2018, de SMB - Staatliche Museen zu Berlin: <https://www.smb.museum/en/whats-new/detail/start-des-vermittlungsprojekts-hier-sind-wir-auf-der-museumsinsel-berlin.html>
- Staatliche Museen zu Berlin. (s.d.). *Education and Outreach*. Obtido em Setembro de 2018, de SMB: <https://www.smb.museum/en/education-and-outreach/teens.html>
- Staatliche Museen zu Berlin. (s.d.). *Knack den Code!* Obtido em Setembro de 2018, de SMB - Staatliche Museen zu Berlin: <https://www.smb.museum/bildung-vermittlung/projekte/knack-den-code.html>
- Statista. (2018). *Total number of museums visitors in the Netherlands in 2017, by collection type*. Obtido em Agosto de 2018, de Statista: www.statista.com/statistics/797701/number-of-museum-visitors-in-the-netherlands-by-collection-type/
- Stedelijk Museum. (1 de Outubro de 2008). *Stedelijk Museum Leaves Post CS-Building after 904,238 visitors*. Obtido em 2018, de Stedelijk: <https://www.stedelijk.nl/en/news/stedelijk-museum-leaves-post-cs-building-after-904238-visitors>
- Stedelijk Museum. (2009). *BLIKOPENERS Book*. Amesterdão: Stedelijk Museum.
- Stedelijk Museum. (2010). *Connecting Young People and Cultural Institutions. International Blikopeners / Eye-Openers Symposium*. Amesterdão.
- Stedelijk Museum. (2016). *Annual Report*. Obtido em Agosto de 2018, de Stedelijk Museum: https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/production-static-stedelijk/images/_museum/Jaarverslagen/English/2016/Annual_report_SMA_2016_EN_upload06062017.pdf
- Stedelijk Museum. (2016). *Annual Report*. Obtido em Agosto de 2018, de Stedelijk: <https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/production-static->

- stedelijk/images/_museum/Jaarverslagen/English/2016/JAARVERSLAG_SMA_EN_2016-131217_DEF.pdf
- Stedelijk Museum. (2016). *BLIKOPENERS X HIPHOP*. Obtido em Agosto de 2018, de Stedelijk: <https://www.stedelijk.nl/en/events/blikopeners>
- Stedelijk Museum. (2017). *Annual Report*. Obtido em Agosto de 2018, de Stedelijk Museum: https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/production-static-stedelijk/images/_museum/Jaarverslagen/2017/engels/SMA_Annual%20Report%202017.pdf
- Stedelijk Museum. (2018). *Inclusive Programming*. Obtido em 2018, de Stedelijk: <https://www.stedelijk.nl/en/museum/inclusive-programming>
- Stedelijk Museum. (s.d.). *BLIKOPENERS*. Obtido em Agosto de 2018, de Stedelijk: <https://www.stedelijk.nl/en/museum/blikopeners>
- Stedelijk Museum. (s.d.). *Temporary Stedelijk 2*. Obtido em 2018, de Stedelijk: <https://www.stedelijk.nl/nl/tentoonstellingen/temporary%20stedelijk%20>
- Stuedahl, D., & Smørdal, O. (2013). *Young Visitors 'Messing Around' in Museums - Exploring social media and blogs to engage teens in participation*. Obtido em 2018, de Nckultur: <http://nckultur.org/wp-content/uploads/2013/06/Young.pdf>
- Takeover Day – Why Giving Young People A Role In A Museum Matters* (2016). [Filme]. Dublin.
- Teixeira, A. (15 de Outubro de 2016). *Orçamento do Estado para 2017: quanto é que cada ministério leva para casa?* Obtido em 2018, de RTP: https://www.rtp.pt/noticias/economia/orcamento-do-estado-o-guia-para-perceber-a-proposta-do-governo_i954162
- UNESCO. (2009). *UNESCO*. Obtido em Agosto de 2018, de The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS): http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-en_0.pdf

- United Nations. (2007). *Definition of Youth*. Obtido de United Nations: <https://www.un.org/esa/socdev/documents/youth/fact-sheets/youth-definition.pdf>
- Vermeulen, R. (2017). *Contested Exchange: A Practice-based Exploration of Museum Learning Communities*. Obtido em Agosto de 2018, de Meia Pzwart: http://meia.pzwart.nl/backend/wp-content/uploads/2017/06/Robin-Vermeulen_Graduation-Project_MEiA-2017_digital-version-1_.pdf
- Victoria & Albert Museum. (s.d.). *Young People*. Obtido em 2018, de Victoria & Albert: <https://www.vam.ac.uk/info/young-people>
- von Glasersfeld, E. (1998). Why Constructivism Must Be Radical. Em L. M, N. Bednarz, & J. Garrison, *Constructivism in Education* (pp. 23-28). Cambridge, Reino Unido: Cambridge University Press.
- Wallace Collection. (s.d.). *Young Curators Programme*. Obtido em 2018, de Wallace Collection: <https://www.wallacecollection.org/learning/special-projects/#young-curators-programme>
- Whitney Museum. (s.d.). *Teen Programs*. Obtido em 2018, de Whitney: <https://whitney.org/Education/Teens/GetInvolved>

Inquérito Realizado

O apêndice da presente dissertação, enumera as perguntas colocadas no inquérito.

- Idade...
 - Inferior a 18
 - 18 – 25
 - +25
- A minha situação profissional é...
 - Estudante
 - Empregado
 - Desempregado
 - Trabalhador Estudante
 - Outro
- Habilitações Literárias
 - Ensino Básico
 - Ensino Secundário
 - Licenciatura
 - Mestrado
 - Doutoramento
 - Outro
- Área de Formação
 - Línguas e Humanidades
 - Ciências e Tecnologias
 - Comunicação & Marketing
 - Ciências Sócio-Económicas
 - Artes Visuais
 - Outro

- Já visitei um museu de arte moderna e contemporânea...
 - Sim
 - Não
- Visitei um museu de arte moderna e contemporânea há...
 - Menos de 6 meses
 - 6 meses – 1 ano
 - 1 – 2 anos
 - 2 – 4 anos
 - + de 5 anos
- O Museu que visitei foi...
 - De Arte Moderna e Contemporânea
 - De Arte Antiga
 - De História
 - De Ciências
 - Temático (ex.: Museu da água, do azulejo, etc)
 - Biográfico (ex.: Casa Museu Amália Rodrigues, etc).
 - Outro
- Prefiro Museus...
 - De Arte Moderna e Contemporânea
 - De Arte Antiga
 - De História
 - De Ciências
 - Temáticos (ex.: Museu da água, do azulejo, etc)
 - Biográficos (ex.: Casa Museu Amália Rodrigues, etc).
 - Outro
- Destes Museus e Fundações, o de Arte Moderna e Contemporânea que mais gosto em Portugal é...
 - Museu Coleção Berardo
 - Museu Nacional de Arte Contemporânea do Chiado

- Fundação Serralves
- MAAT
- Outro
- Quando vou a museus costumo ir...
 - Com amigos
 - Com a família
 - Com a escola/universidade
 - Sozinho(a)
 - Outro
- Durante a minha visita...
 - Costumo fazer perguntas aos assistentes de sala sempre que tenha dúvidas
 - Prefiro anotar o que não sei, e pesquisar mais tarde porque tenho vergonha de perguntar
 - Leio as descrições das obras e da exposição, porque considero esclarecedoras
 - Não leio as descrições das obras, e da exposição, porque não considero esclarecedoras
- Gostava que a programação do museu incluísse...
 - Mais exposições sobre temáticas actuais (política, tecnologia, lgbtq+, racismo, igualdade de género, etc)
 - Workshops com artistas, curadores, e staff do museu
 - Concertos com artistas de vários e diferentes géneros musicais (jazz, hip-hop, r&b, rock, etc)
 - Sessões de cinema e mostras filmográficas de artistas emergentes portugueses
 - Atividades que proporcionassem a interação com artistas (pintores, atores, músicos, escritores, etc)
- Visito museus porque...

- Não visito museus de Arte Moderna e Contemporânea mais vezes, porque...
 - Não tenho tempo livre
 - Prefiro passar o tempo livre que tenho com os meus amigos/família num local descontraído
 - Falta de interesse nas exposições
 - A oferta programática não é apelativa
 - Não me identifico com o espaço, nem com o tipo de arte

Anexo A – Transcrição de Entrevistas

Entrevista 1

Entrevista realizada a Anne Sollie e Amine Lans no Stedelijk Museum, em Amsterdão no dia 5 de janeiro de 2018

Inês Mourão: - Hello Anne, how are you?

Anne Sollie: - I'm fine thank you.

Inês Mourão: - Anne, I would like to ask you some questions about the informations on the e-mail that Nicki sent me. I'll try to be very pragmatic and fast because I suppose you must be super busy! Ok, so my first first question is regarding the amount of time each group works in the museum: Why does the group change every year?

Anne Sollie: – The group changes to keep new perspectives coming into the museum. It's dangerous to keep people in the museum too much time because it doesn't allow them to get new experiences inside the museum, since they get used to space and how it works.

Inês: And why is the age range only from 15 to 19 years?

Anne Sollie: When you're 15, this might as well be your first job! It's important to learn these first things, and if the age-gap was as big as 26, the older ones would have more experience.

Inês Mourão: I believe that when the blikopeners apply for this one year challenge, they are aware that this is a job. Why do you think they choose to work in a museum?

Anne Sollie: I think it is because of the wage. Or maybe because they were not selected in other places they applied to. Sometimes it could be because their mother or teacher said he was a good job and they would like it. In some cases it's simply because they liked their first visit to the museum. The fact that they can give guidance to the museum and that they are challenged, plus all the fun nights at the museum, convince people to work there.

Inês Mourão: - And how much are the blikopeners paid?

Anne Sollie: - The Blikopeners are paid the minimum wage according to the persons age. We offer them the minimum wage, plus 20% of it, which is usually above the value that they would be paid working at supermarkets, for example.

Inês: I am aware that the Blikopeners organize events on their own inside the museum. I'd like to ask you, Anne and Amine, what does the group consider when planning an event on their own? How does the process and the brainstorm go?

Anne Sollie: They plan the Artober. Artober was a Blikopener's party, and every year they have at least one event of their own. We are now focussing more on 'Museumnacht'. In 2018 there was no Artober.

Amine Lans: When we are planning Artober , for example, the process starts by making groups. We first make groups, and then start to split the work. All the groups

cooperate with each other. We have the marketing and social-media group, the space-design group, the hosting-group and the programming group. Then, we decide the theme of the event. After those things are decided, we start searching for artists who want to work with us, in which Anne takes a great part, because she helps us finding them and reaching out to them. She also deals with financial issues that might come up, and she helps us make the list of the items we will need to execute our project. Whenever we can, we ask around to see if someone has some of the items we need and if we can borrow them for the event. Afterwards we need to ask for the approval of the museum, of course! Usually, we are asked that our events connect in some way with the museum's content. With that, we also coordinate with the museum's security and staff to explain what is going to happen, when and where. After all these items, we realize our project!

Inês: Anne, as the coordinator of the Blikopeners, what are your main concerns within your job duties?

Anne Sollie: The museum really likes and values this project. My main concern is the group, and how they are seen in the museum: as a project it is very cool. And I think the next step to take is... Well, after their one-year experience, how do you keep working with all these people that have worked for a while in the museum, and that are really good at what they do? How do you work with these people, that you don't want to loose? How do you keep them in the museum longer, with a proper salary and let them keep being taken seriously?

Ines: What does 'being taken seriously' imply?

Anne Sollie: By giving them responsibilities and trusting in them to do their job, and by asking them for advice regarding the museum. They give the museum staff their advice and critical opinion on various things relating to the museum.

There is a yearly event for people working in the museum, in which Blikopeners are invited and present themselves, they get an official badge and they get paid.

Amine Lans: Also, the teaching works both ways: there is a 'buddy system' where we get to work with a person - an older person already working in the museum - related to the area we have vocation and preference for.

Anne Sollie: With some of my colleagues, the approach to education, and teaching, is formal, as in formal learning. I would never do that within my job duty. It is just so different from the Blikopener's approach.

Inês Mourão: In which things did they advised on, for example? Is there any big aspect that has changed inside the museum due to that input from the Blikopeners?

Anne Sollie: Yes! They advised to remove 'Family' in the title 'Familylab', so that youngsters would still feel free to go there. In other words: it's not cool when something is for families and you're above the age of 10. We didn't realize that before.

Inês: Nicky said you don't work together with other institutions who have initiatives like this, but the Blikopeners Project is inspired by the initiatives of the Whitney Museum in New York and Tate in London. What did they took as an inspiration from these initiatives? And why did you felt the need to create The Blikopeners Project?

Anne Sollie: There were 3 coordinators before me, the first coordinator was Marlous van Gastel. She did an internship in the Whitney Museum in the Youth Insights project. When she came to The Netherlands to work at the Stedelijk she created the

Blikopeners together with head of education Rixt Hulshoff Poll and 'Diversion'. I think the idea of Peer Education really appealed to her. When the Blikopeners started they didn't have a museum. The building we see now was still being rebuilt, so they had this project they called "Temporary Stedelijk", in which they made guided tours outside of the museum in the city. They would go to places such as churches, nightclubs, etc, and would make smaller events on different locations, which helped bringing people from all over the city, of all different places, with different backgrounds, to the museum and to connect with art, that usually wouldn't.

Inês Mourão: There are also events and workshops held by the Blikopeners on the weekends. How are these workshops? And what exactly do the Blikopeners do? Can you give me some examples?

Amine Lans: Every Sunday there is a workshop for children from 12h until 18h. We invite an artist and the artist gives a specific workshop based on his style.

Anne Sollie: They hire artists because artists are professionals in that specific area of the workshop, so they want artists to do it. For people their age - 15 until 19 - they do events like Artober, Museum Night, etc.

Inês Mourão: What about the Speedtours? They are also done by the Blikopeners. Are these 'Speedtours' paid by visitors?

Anne Sollie: No, they are not. It's a free guided tour.

Inês Mourão: How is the Blikopeners approach to these tours, since they have to 'speed it'?

Amine Lans: To start the tours, we take the visitors to a 'white place' and introduce ourselves first.

Inês Mourão: A white place?

Amine Lans: Yes, here in the lobby, for example. There is no art to look at yet, so they can focus on our initial presentation speech and feel comfortable.

Along the tour, I try to make it as much personal as I can, so I don't have to talk much about the artworks, but try to talk about the history of the artist and sometimes of the painting and the topics. It really depends on which Blikopener is doing the tour, some choose to talk about the artworks and give you much information about it, I have my own way to do it. It's always two blikopeners doing the tour together. And because each one has it's own 'style', every tour is unique.

Inês Mourão: What about Museum Nacht? I've heard it's a big event in the city and that almost all Amsterdam Museums participate in it. And Anne, you have told me already that the Blikopeners organize it. What happens at the Stedelijk on Museum Night?

Anne Sollie: In 2017 the Blikopeners took a new step forward!

We had 3 junior producers doing the whole night, on a Keith Haring theme.

There was an artist painting Keith-style on the windows, a photo-booth, pillows for visitors to sit and hang out, goggles to look closer at Keith's veil, some Blikopeners did different kind of speed tours, and there were also DJ's and drinks.

One senior-producer, who did 4 Museum Nights before that - she's 26 years old - also helped putting together Museum Night in 2017, while giving assistance to the three junior producers. The Blikopeners have also advised the museum regarding the choice of people to play and attend this event.

Inês Mourão: BASE was something new in 2017 as well. Why was BASE created? And what differs the BASE from the rest of the museum?

Anne Sollie: The BASE is the permanent collection of Stedelijk, and every 5 years it changes. The museum thought of a new way to present its permanent collection.

Inês Mourão: Regarding support that the Stedelijk receives, who are the Foundations and companies that support the Blikopeners?

Anne Sollie: In 2018, we celebrated 10 years of blikopeners, and so far we've always had huge support of institutions that were into peer education. Randstad, Fonds21 and the Stedelijk partly funded it.

Since 2018 it is only Randstad that funds it 'from the outside'. The rest of the budget, about 70% is paid by the Stedelijk.

Inês Mourão: Thank you both so much, I really appreciate you taking the time to do this interview.

Amine Lans: You know, it's really cool that people are noticing us. The Blikopeners are growing, we all will be 'big' one day, and we can hype it up later on.

Inês Mourão: Definitely! So, Amine, can I book a speed tour for now?

Amine Lans: Of course, I'll show you around, let's go!

Fim de Entrevista.

Entrevista 2

Entrevista via Whatsapp no dia 6 de Setembro de 2018

Inês Mourão: I know the Alumni are ex-Blikopeners. But I want you to assume I know nothing. So, that said, please explain to me, who are the Alumni's inside the Stedelijk? How old do you have to be... or, until which age can you be an Alumni?

Melissa Opti: You become an Alumni after you finished your first year of being a Blikopener (the introduction year where you learn everything and have to work each week). There is no end to being an Alumini, it only means you're past the first year. Once you finished the year, it's up to you to decide if you want to stay in touch with the museum or not, either way you will still be called an Alumni.

Inês Mourão: What's your job as an Alumni?

Melissa Opti: As an Alumini you can work on several projects in the museum. Anne usually sends out emails about projects or workshops where Blikopeners are needed. She always wants to combine someone from the main group and Alumini's into these projects so the new ones can learn and network a bit. This can be to organize an event or workshop, being a part of some contemporary artwork where the artist needs people to be a part of it (they do hold auditions for this and they get paid), or simple things like giving a speech during an event about the Blikopeners, guiding people there, serving drinks, helping in the cloak-room, being a jury for an art contest etc. Besides that, we also have a social media team and a guide team for tours. The Alumini's are always a big part of that.

Inês Mourão: And do the Alumni get special treatment inside the Stedelijk? Do they have their own activities or do they always develop activities along with the

Blikopeners?

Melissa Opti: They get no special treatment, but since they are more experienced they get chosen to do projects faster.

Inês Mourão: And what about the Alumni's own projects? Is there such thing?

Melissa Opti: No, they always work on projects with Blikopeners. Well, Anne tries for that to happen. She always asks everyone to help and she wants it to be a balanced team.

Inês Mourão: Okay. And is there a limited number for Alumni's?

Melissa Opti: Nope, it can be 500/1000+. Alumini simply means that you're not the main group anymore. Each year there will be more Alumini's because there is a new group of Blikopeners every year right?

Inês Mourão: Right! So, by being an Alumni, it must also mean that you're not getting paid anymore?

Melissa Opti: No, you always get paid, with every job you do as an Alumni. The difference is just that you work only when they need you to. It's not consistent like in the first year where you work every week.

Inês Mourão: I see...One last question, how often do they work?

Melissa Opti: Uhm, in general? Social media team and tour-guide team probably 1/2 times a week. When it comes to projects, once a month, I'm guessing.

Inês Mourão: Thank you so much Melissa! Talk to you soon! X

Fim de entrevista.

Entrevista 3

Entrevista realizada à Dra. Filipa Alves de Sousa, em Lisboa, no dia 12 de junho de 2018

Inês Mourão: Gostaria de fazer-lhe algumas perguntas em relação ao projeto FAZ 15-25 que criou na Fundação Arpad-Szenes - Vieira da Silva. Sei que foi um projeto pioneiro em Portugal no que diz respeito à participação e envolvimento de jovens com uma entidade museológica.

Gostaria de começar pela sua experiência profissional neste campo, uma vez que me foi dito pela Dra. Marta Ornelas, que também foi responsável por um projeto semelhante em Londres... Que projeto foi esse?

Dra. Filipa Alves de Sousa: Sim. Muito resumidamente - fui responsável por um projeto em Londres. O nome do projeto é *Create Voice* e ainda decorre atualmente. Este projeto visa envolver a comunidade de jovens de Londres, e, desenvolve com estes jovens, vários projetos dentro do museu. Cria muitas oportunidades de formação e *networking* para os jovens que decidem participar.

(...)

Inês Mourão: Em Portugal, coordenou também o projecto FAZ 15-25. Actualmente, acha que é importante para o panorama português, o surgimento de mais projectos

deste género?

Dra. Filipa Alves de Sousa: Sim. Em Portugal, há pouquíssimos projetos deste género. Há muito poucas alternativas informais e em contacto com o local de trabalho na área da cultura.

Inês Mourão: Consegue dar-me alguns exemplos de eventos planeados pelo grupo FAZ 15-25 na Fundação?

Dra. Filipa Alves de Sousa: Sim. Os membros do grupo eram estudantes das mais variadas áreas. Ao longo do projeto, trabalhavam com as exposições, dentro do museu. Em 2015, houve uma exposição de Pop-Art no museu, para a qual oferecíamos uma programação paralela, que contava com debates, uma manifestação e uma parada com cartazes de Pop-Art, concertos, entrevistas com artistas, e debates com jovens no museu. Tínhamos também visitas guiadas todas as semanas, à hora de almoço, e conversas com artistas nos seus ateliers.

(...)

Fim de transcrição da entrevista